Journal of Management, Education and Development in Digital Age

Submission Date: 2026-02-02 Revision Date: 2026-07-05 Accept Date: 2026-07-13 Initial Publish Date: 2026-07-18 Final Publish Date: 2026-10-23

International Entrepreneurship through Qualitative Inquiry: Identifying Its Influencing Factors, Consequences, and Core Components

1. Shohreh Jelokhani: Department of Management, Cha.C., Islamic Azad University, Chalus, Iran

2. Mohammad Javad Taghipourian*: Department of Management, Cha.C., Islamic Azad University, Chalus, Iran

3. Elham Fazeli Veisari: Department of Management and Accounting, To.C., Islamic Azad University, Tonekabon, Iran

4. Maryam Rahmaty: Department of Management, Cha.C., Islamic Azad University, Chalus, Iran

***Corresponding Author's Email Address: mj.taghipourian@iau.ac.ir**

Abstract:

This study aimed to systematically identify and synthesize the facilitating and inhibiting factors, consequences, and fundamental components of international entrepreneurship and to develop an integrated conceptual model. This qualitative study employed the seven-stage meta-synthesis approach developed by Sandelowski and Barroso. The study population comprised Persian- and English-language research on international entrepreneurship published between 2010 and 2025. Following a systematic search of recognized national and international databases and the application of predefined inclusion and exclusion criteria, 76 eligible scholarly articles were selected from an initial pool of 148 sources. The selected studies were analyzed through open and axial coding. Extracted codes with comparable conceptual meanings were integrated into broader categories and dimensions. To assess the dependability of the extraction and classification procedures, the researcher's coding was compared with that of an entrepreneurship expert. Inter-rater agreement was evaluated using Cohen's kappa coefficient. The meta-synthesis identified 123 factors influencing international entrepreneurship, including 80 facilitating drivers and 43 inhibiting factors. In addition, 23 consequences were extracted and classified into three categories: competitiveness-enhancing outcomes at the firm level, capability-building outcomes at the process level, and macro-structural outcomes at the institutional level. The analysis further identified 48 components of international entrepreneurship, which were organized into four dimensions: transnational mindset, transnational relational capabilities, transnational requirements, and transnational orientations. The kappa coefficient indicated an excellent level of agreement between the evaluators regarding the classification of the influencing factors, consequences, and components. International entrepreneurship is a dynamic, multilevel, and interactive phenomenon whose successful development depends on simultaneously strengthening individual, organizational, technological, relational, and institutional drivers while reducing structural, financial, cultural, political, and regulatory barriers. The proposed model provides a comprehensive framework for assessing firms' readiness for internationalization and may support policymakers and managers in designing targeted interventions for export-oriented, innovative, and knowledge-based enterprises.

Keywords: Entrepreneurship; International Entrepreneurship; Internationalization; Entrepreneurial Capability; Meta-Synthesis; Drivers and Barriers

How to Cite: Jelokhani, S., Taghipourian, M. J., Fazeli Veisari, E., & Rahmaty, M. (2026). International Entrepreneurship through Qualitative Inquiry: Identifying Its Influencing Factors, Consequences, and Core Components. *Management, Education and Development in Digital Age*, 3(4), 1-31.

Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

نشریه مدیریت، آموزش و توسعه در عصر دیجیتال

تاریخ ارسال مقاله: ۱۴۰۴/۱۱/۱۳ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۰۴/۱۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۴/۲۲ تاریخ انتشار اولیه: ۱۴۰۵/۰۴/۲۷ تاریخ انتشار نهایی: ۱۴۰۵/۰۸/۰۱

کارآفرینی بین‌المللی در پرتو پژوهش کیفی: شناسایی عوامل تأثیرگذار، پیامدها و مؤلفه‌های کارآفرینی بین‌المللی

۱. شهره جلوخانی: گروه مدیریت، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران

۲. محمدجواد تقی پوریان*: گروه مدیریت، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران

۳. الهام فاضلی ویسری: گروه مدیریت و حسابداری، واحد تنکابن، دانشگاه آزاد اسلامی، تنکابن، ایران

۴. مریم رحمتی: گروه مدیریت، واحد چالوس دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران

*پست الکترونیک نویسنده مسئول: mj.taghipourian@iau.ac.ir

چکیده

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و تلفیق نظام‌مند عوامل پیشران و بازدارنده، پیامدها و مؤلفه‌های بنیادین کارآفرینی بین‌المللی و ارائه یک الگوی مفهومی یکپارچه انجام شد. این پژوهش با رویکرد کیفی و روش فراترکیب هفت‌مرحله‌ای ساندلوسکی و باروسو انجام شد. جامعه پژوهش شامل مطالعات فارسی و انگلیسی مرتبط با کارآفرینی بین‌المللی بود که در فاصله سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۵ میلادی و ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۵ شمسی منتشر شده بودند. پس از جست‌وجوی نظام‌مند پایگاه‌های اطلاعاتی داخلی و خارجی و اعمال معیارهای ورود و خروج، از میان ۱۴۸ منبع اولیه، ۷۶ مقاله علمی معتبر برای تحلیل نهایی انتخاب شد. داده‌ها با استفاده از کدگذاری باز و محوری تحلیل و مفاهیم مشابه در طبقات مفهومی بالاتر ادغام شدند. برای بررسی پایایی فرایند استخراج و طبقه‌بندی داده‌ها، توافق میان پژوهشگر و یک متخصص کارآفرینی محاسبه و اعتبار یافته‌ها با ضریب کاپا تأیید شد. نتایج فراترکیب نشان داد ۱۲۳ عامل بر کارآفرینی بین‌المللی تأثیر می‌گذارند که از این میان، ۸۰ عامل به‌عنوان پیشران و ۴۳ عامل به‌عنوان بازدارنده شناسایی شدند. همچنین، ۲۳ پیامد در سه سطح رقابت‌افزا، توانمندساز و کلان‌ساز طبقه‌بندی شد. تحلیل مؤلفه‌های کارآفرینی بین‌المللی نیز به استخراج ۴۸ مؤلفه در چهار بعد ذهنیت فراسرزمینی، قابلیت پیوندی فراسرزمینی، ملزومات فراسرزمینی و جهت‌گیری‌های فراسرزمینی منجر شد. نتایج ضریب کاپا، توافق عالی میان ارزیابان را در طبقه‌بندی عوامل، پیامدها و مؤلفه‌ها نشان داد. کارآفرینی بین‌المللی پدیده‌ای چندسطحی، پویا و تعاملی است که توسعه آن مستلزم تقویت هم‌زمان ظرفیت‌های فردی، سازمانی، شبکه‌ای، فناورانه و نهادی، همراه با کاهش موانع ساختاری، مالی، فرهنگی و سیاسی است. الگوی حاصل می‌تواند مبنایی برای ارزیابی آمادگی بین‌المللی بنگاه‌ها و طراحی سیاست‌های حمایت از شرکت‌های صادرات‌محور و دانش‌بنیان باشد.

کلیدواژگان: *کارآفرینی؛ کارآفرینی بین‌المللی؛ بین‌المللی‌سازی؛ قابلیت کارآفرینانه؛ فراترکیب؛ پیشران‌ها و بازدارنده‌ها*

نحوه استناددهی: جلوخانی، شهره، تقی پوریان، محمدجواد، فاضلی ویسری، الهام، و رحمتی، مریم. (۱۴۰۵). کارآفرینی بین‌المللی در پرتو پژوهش کیفی: شناسایی عوامل تأثیرگذار، پیامدها و مؤلفه‌های کارآفرینی بین‌المللی. *مدیریت، آموزش و توسعه در عصر دیجیتال*، ۳(۴)، ۳۱-۱.

مجوز و حق نشر: © ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

مقدمه

کارآفرینی بین‌المللی در دهه‌های اخیر به یکی از حوزه‌های محوری در پیوند میان ادبیات کارآفرینی، مدیریت راهبردی، کسب‌وکار بین‌الملل و توسعه اقتصادی تبدیل شده است. این مفهوم به فرایند شناسایی، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه‌ای اشاره دارد که در ورای مرزهای ملی شکل می‌گیرند و مستلزم ترکیب نوآوری، ریسک‌پذیری، پیشگامی، یادگیری بین‌المللی و بسیج منابع در محیط‌های نهادی و فرهنگی متفاوت هستند. برخلاف رویکردهای سنتی بین‌المللی‌سازی که ورود تدریجی شرکت‌های بزرگ به بازارهای خارجی را مفروض می‌دانستند، کارآفرینی بین‌المللی بر نقش فعال کارآفرینان، شرکت‌های کوچک و متوسط، کسب‌وکارهای نوپا، شرکت‌های متولد جهانی و سرمایه‌گذاری‌های جدید بین‌المللی در ورود سریع و فرصت‌محور به بازارهای جهانی تأکید دارد (Clark & Pidduck, 2024; Knight et al., 2025; Reuber et al., 2018; Shaker & George, 2017). در این نگرش، مرزهای ملی صرفاً محدودیت‌های جغرافیایی تلقی نمی‌شوند، بلکه عرصه‌هایی برای خلق ارزش، انتقال دانش، ترکیب منابع ناهمگون و توسعه مدل‌های کسب‌وکار نوآورانه به شمار می‌روند. ازاین‌رو، کارآفرینی بین‌المللی را نمی‌توان صرفاً به صادرات محصول یا حضور تجاری در یک کشور خارجی تقلیل داد؛ بلکه این پدیده مجموعه‌ای از رفتارها، قابلیت‌ها، جهت‌گیری‌ها و تعاملات چندسطحی را دربرمی‌گیرد که از سطح فرد کارآفرین آغاز می‌شود، در سطح بنگاه و شبکه‌های کسب‌وکار گسترش می‌یابد و در نهایت تحت تأثیر شرایط نهادی، فناورانه و اجتماعی کشورهای مبدأ و مقصد قرار می‌گیرد (Etemad, 2023; Mainela et al., 2013; Mainela et al., 2018).

اهمیت روزافزون کارآفرینی بین‌المللی با تحولات سریع اقتصاد جهانی، دیجیتالی‌شدن فعالیت‌های اقتصادی، افزایش قابلیت جابه‌جایی دانش، توسعه پلتفرم‌های الکترونیکی و کوتاه‌شدن چرخه عمر محصولات ارتباط مستقیم دارد. فناوری‌های نوظهور، ابزارهای تحلیل داده، هوش مصنوعی، تجارت الکترونیک و شبکه‌های ارتباطی دیجیتال امکان شناسایی بازارهای خارجی، تعامل با مشتریان بین‌المللی و هماهنگی زنجیره‌های ارزش را با هزینه و زمان کمتر فراهم کرده‌اند (Naseri, 2023; Secinaro et al., 2025; Shahdkar et al., 2022). این تحولات به‌ویژه برای شرکت‌های کوچک و متوسط اهمیت دارند؛ زیرا چنین شرکت‌هایی معمولاً از منابع مالی و فیزیکی محدودتری نسبت به شرکت‌های چندملیتی برخوردارند و فناوری دیجیتال می‌تواند بخشی از محدودیت‌های ناشی از اندازه، فاصله جغرافیایی و کمبود حضور فیزیکی در بازارهای مقصد را جبران کند. جهت‌گیری به چارچوب‌های دیجیتال بین‌المللی و برخورداری از قابلیت‌های تجارت الکترونیک نه‌تنها دسترسی به بازار را توسعه می‌دهد، بلکه زمینه تقویت نوآوری، شناخت ترجیحات مشتریان و انطباق سریع‌تر با تغییرات محیطی را نیز فراهم می‌سازد (Haghshenas & Borhani, 2024; Sadeghi & Matrawi, 2023). در عصر دیجیتال، کارآفرینی بین‌المللی همچنین می‌تواند آثار خود را فراتر از سطح بنگاه گسترش دهد و به توسعه منطقه‌ای، ایجاد زیست‌بوم‌های نوآوری و شکل‌گیری پیوندهای جدید میان مناطق، صنایع و بازیگران دانشی منجر شود (Scuotto & Tzanidis, 2026).

با وجود نقش فناوری، موفقیت در کارآفرینی بین‌المللی همچنان وابسته به ویژگی‌های فردی و شناختی کارآفرینان است. شخصیت فعال، اعتماد به توانایی‌های فردی، نگرش جهانی، انگیزه پیشرفت، تحمل ابهام و آمادگی برای پذیرش ریسک از جمله عواملی هستند که بر قصد ورود به بازارهای خارجی و استمرار فعالیت بین‌المللی اثر می‌گذارند. یافته‌ها نشان می‌دهند که شخصیت پیش‌کنشی کارآفرین هنگامی که با مشارکت در شبکه‌های تجاری و اجتماعی همراه شود، می‌تواند قصد و رفتار کارآفرینانه بین‌المللی را به‌ویژه در شرکت‌های خانوادگی کوچک و متوسط تقویت کند (Rienda et al., 2026). در کنار ویژگی‌های فردی، توانایی تشخیص فرصت‌های بین‌المللی نیز اهمیت بنیادی دارد؛ زیرا فرصت‌ها در محیط‌های جهانی اغلب پراکنده، مبهم و وابسته به تفاوت‌های نهادی، فرهنگی و فناورانه هستند. کارآفرین باید بتواند اطلاعات نامتقارن بازارها را تفسیر کند، منابع داخلی را با نیازهای خارجی تطبیق دهد و از تغییرات تقاضا یا شکاف‌های بازار برای خلق ارزش بهره گیرد (Rahimnia & Hasani Rad, 2016; Sharif Askari et al., 2020). فرصت‌محوری در این حوزه با نگرش مبتنی بر منابع مکمل می‌شود؛ بدین معنا که برخورداری از دانش، سرمایه انسانی، تجربه بین‌المللی، قابلیت فناورانه و منابع رابطه‌ای، احتمال تبدیل یک فرصت ادراک‌شده به فعالیت اقتصادی پایدار را افزایش می‌دهد.

Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

در سطح بنگاه، کارآفرینی بین‌المللی بر مجموعه‌ای از قابلیت‌های پویا، سازمانی و مدیریتی متکی است. قابلیت‌های پویا به شرکت امکان می‌دهند تغییرات محیط خارجی را شناسایی، فرصت‌های نوظهور را تصاحب و منابع خود را متناسب با مقتضیات بازارهای بین‌المللی بازآرایی کند. در محیط‌های متلاطم، صرف برخورداری از منابع کافی نیست؛ بلکه توانایی ترکیب، تجدید و هدایت منابع اهمیت بیشتری دارد (Buccieri et al., 2021; Pitelis et al., 2025). قابلیت‌های پویای مدیران ارشد نیز با نوآوری در مدل کسب‌وکار و عملکرد صادراتی شرکت‌های کوچک و متوسط ارتباط دارند و نشان می‌دهند که تجربه، مهارت شناختی، ارتباطات خارجی و توان رهبری مدیران می‌تواند مسیر بین‌المللی‌شدن را تسریع کند (Merin-Rodriguez et al., 2025). افزون بر این، قابلیت‌های بازاریابی پویا، نوآوری دوسویه و فرهنگ کارآفرینی بین‌المللی می‌توانند عملکرد نوآوری را ارتقا دهند و شرکت را در پاسخ‌گویی هم‌زمان به نیازهای جاری و فرصت‌های آینده توانمند سازند (Shafieipour & Mazidi Sharafabadi, 2024). قابلیت‌های سازمانی همچنین نقش واسطه‌ای مهمی میان گرایش کارآفرینانه و عملکرد بین‌المللی دارند؛ به‌گونه‌ای که ذهنیت جهانی بدون سازوکارهای مناسب یادگیری، بازاریابی، تصمیم‌گیری و هماهنگی سازمانی الزاماً به نتایج مطلوب منجر نمی‌شود (Kolabi & Ghandi, 2024).

شبکه‌ها از دیگر عناصر محوری کارآفرینی بین‌المللی محسوب می‌شوند. شرکت‌ها از طریق شبکه‌های رسمی و غیررسمی می‌توانند به دانش بازار، کانال‌های توزیع، منابع مالی، شرکای فناوری و فرصت‌های همکاری دسترسی پیدا کنند. شبکه‌سازی به‌ویژه برای کسب‌وکارهای کوچک که فاقد منابع گسترده هستند، راهکاری برای کاهش عدم قطعیت و جبران محدودیت منابع به شمار می‌رود (Leite et al., 2016). شبکه‌های بین‌المللی نه‌تنها انتقال اطلاعات را تسهیل می‌کنند، بلکه بر شکل‌گیری اعتماد، مشروعیت و یادگیری میان‌فرهنگی نیز اثر می‌گذارند. ذهنیت جهانی و گرایش کارآفرینانه بین‌المللی می‌توانند رابطه میان شبکه‌سازی و کسب دانش خارجی را تقویت کنند (Sardari & Shabihzadeh, 2024). بااین‌حال، روابط بین‌شرکتی همیشه مبتنی بر همکاری صرف نیستند و شرکت‌ها ممکن است هم‌زمان با رقبا همکاری و رقابت کنند. همکاری رقابتی می‌تواند امکان اشتراک منابع، ورود به بازارهای جدید و کاهش هزینه‌ها را فراهم کند، مشروط بر آنکه جهت‌گیری نسبت به رقبا به‌درستی مدیریت شود (Crick & Crick, 2022). در این میان، مدیریت بین‌فرهنگی و ارتباطات بین‌المللی نیز برای کاهش سوءبرداشت‌ها، هماهنگی با شرکای خارجی و ایجاد روابط پایدار ضروری هستند (Ghorbani et al., 2016).

دانش بازار خارجی یکی از مهم‌ترین منابع راهبردی در کارآفرینی بین‌المللی است. شرکت‌ها برای ورود و بقا در بازارهای خارجی باید درباره ساختار تقاضا، رقبا، قوانین، الگوهای مصرف، تفاوت‌های فرهنگی و سازوکارهای توزیع اطلاعات معتبر کسب کنند. دانش بازاریابی بین‌المللی توان تشخیص فرصت و طراحی راهبردهای مناسب ورود را افزایش می‌دهد و در اقتصاد جهانی چندسرعته، شرکت‌ها را برای مواجهه با ناهمگونی بازارها آماده می‌سازد (Ibeh et al., 2019). شواهد فراتحلیلی نیز نشان داده‌اند که دانش بازار خارجی و نهادهای کشور مبدأ در تبیین رابطه میان کارآفرینی بین‌المللی و عملکرد نقش اساسی دارند (Kalubandi et al., 2025). انتقال دانش بین‌المللی از طریق تعاملات کارآفرینانه می‌تواند یادگیری سازمانی، توسعه فناوری و جذب استعداد را تقویت کند (Wang et al., 2024). افزون بر دانش بازار، آموزش کارآفرینی نیز می‌تواند عملکرد بین‌المللی را از طریق توسعه مهارت‌های فرصت‌شناسی، تصمیم‌گیری و مدیریت ریسک بهبود بخشد (Zhou et al., 2024). بنابراین، دانش در این حوزه ماهیتی ایستا ندارد، بلکه در جریان تعامل مستمر با بازارها، شبکه‌ها و نهادهای خارجی تولید و بازآفرینی می‌شود.

گرایش کارآفرینانه بین‌المللی معمولاً با سه مؤلفه نوآوری، پیشگامی و ریسک‌پذیری شناخته می‌شود، اما مطالعات جدیدتر نشان می‌دهند که این مفهوم ابعاد گسترده‌تری همچون یادگیری، شبکه‌گرایی، جهت‌گیری بازار، انگیزش بین‌المللی و سازگاری را نیز شامل می‌شود (Castro et al., 2020; Dana et al., 2016). نوآوری در کارآفرینی بین‌المللی می‌تواند در محصول، فرایند، فناوری، بازاریابی و مدل کسب‌وکار نمود یابد و به شرکت کمک کند ارزش پیشنهادی خود را با نیازهای متنوع بازارهای خارجی تطبیق دهد (Velez-Ocampo et al., 2025). گرایش بازار بین‌المللی نیز از طریق شناخت مشتری، پایش رقبا و هماهنگی فعالیت‌های سازمانی، تبدیل گرایش کارآفرینانه به عملکرد صادراتی را تسهیل می‌کند (Nayebi, 2021; Rabbi & Vakilolraaya, 2019). شواهد حاصل از شرکت‌های بین‌المللی نیز نشان می‌دهد که ترکیب گرایش کارآفرینانه، جهت‌گیری بازار، یادگیری بین‌المللی و شبکه‌سازی با رقبا و غیررقبا می‌تواند عملکرد صادراتی را تقویت کند (Doru et al., 2025). ازاین‌رو، کارآفرینی بین‌المللی را باید برآیند هم‌افزایی میان ذهنیت کارآفرینانه، قابلیت‌های بازار و سازوکارهای نوآوری دانست.

مجوز و حق نشر: © ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

پیامدهای کارآفرینی بین‌المللی در پژوهش‌های مختلف غالباً در قالب عملکرد صادراتی، عملکرد بین‌المللی، رشد شرکت، سرعت بین‌المللی‌شدن و بقا در بازارهای جهانی بررسی شده‌اند. نتایج فراتحلیل‌ها نشان می‌دهد که بین‌المللی‌شدن در صورت برخورداری از شرایط مناسب می‌تواند به ارتقای عملکرد بنگاه منجر شود، هرچند شدت این رابطه تحت تأثیر ویژگی‌های شرکت و محیط قرار دارد (Schwens et al., 2018). برنامه‌ریزی صادرات، قابلیت‌های بازاریابی و جهت‌گیری کارآفرینانه از جمله عواملی هستند که می‌توانند نتایج صادراتی را بهبود دهند (Salehi et al., 2018; Soufbaf & Lotfi, 2018). در مطالعات داخلی نیز کارآفرینی بین‌المللی با بهبود عملکرد صادراتی صنایع، عملکرد بین‌المللی شرکت‌ها و موفقیت سازمانی مرتبط دانسته شده است (Asayesh & Soltannejad, 2021; Eslahi & Fazeli Kabria, 2023; Hamidizadeh & Fereydouni, 2024; Maleki, 2021; Nobakht, 2024). آمادگی بین‌المللی‌شدن، فرهنگ کارآفرینانه و انطباق راهبرد با شرایط محیطی در این میان نقش تعیین‌کننده دارند. کارآفرینی بین‌المللی همچنین با ایجاد فرصت‌های صادراتی برای شرکت‌های کوچک و کسب‌وکارهای نوپا، دامنه بازار و منابع درآمدی آنان را توسعه می‌دهد (Kahrizi et al., 2025).

پیامدهای این پدیده به شاخص‌های مالی و صادراتی محدود نمی‌شوند. کارآفرینی بین‌المللی می‌تواند عملکرد نوآورانه و توان بهره‌گیری از فرصت‌ها را افزایش دهد (Cheraghi, 2025)، موجب توسعه قابلیت‌ها و شایستگی‌های سازمانی شود و مسیر یادگیری مستمر را در شرکت‌های خانوادگی و غیرخانوادگی تقویت کند (Noronha et al., 2024). همچنین، بین‌المللی‌شدن می‌تواند توسعه پایدار، اشتغال‌زایی، جذب سرمایه و گسترش پیوندهای اقتصادی را در سطح منطقه‌ای و ملی حمایت کند (Sanaeipour & Azimzadeh, 2019). استفاده از فناوری‌های هوش مصنوعی نیز می‌تواند رابطه میان کارآفرینی بین‌المللی و تحقق اهداف توسعه پایدار سازمانی را تقویت کند (Xu et al., 2024). بااین‌حال، آثار کلان این پدیده در کشورهای توسعه‌یافته و درحال‌توسعه یکسان نیست و کیفیت نهادها، سطح توسعه مالی و آستانه‌های نهادی می‌توانند آثار نامتقارنی بر رشد اقتصادی ایجاد کنند (Mohammadi Khiare & Mazrae, 2025). این امر نشان می‌دهد که تبیین پیامدهای کارآفرینی بین‌المللی نیازمند توجه هم‌زمان به سطح بنگاه، فرایندهای توانمندساز و ساختارهای کلان است.

محیط نهادی یکی از تعیین‌کننده‌ترین زمینه‌های شکل‌گیری یا محدودشدن کارآفرینی بین‌المللی است. قوانین، نظام مالیاتی، سیاست‌های صادراتی، کیفیت حکمرانی، دسترسی به منابع، امنیت سرمایه‌گذاری و ثبات سیاسی بر تصمیم کارآفرینان برای ورود به بازارهای خارجی اثر می‌گذارند. فساد می‌تواند هزینه مبادله، عدم اطمینان و موانع ورود را افزایش دهد و انگیزه فعالیت بین‌المللی را کاهش دهد (Chowdhury et al., 2015). نهادهای غیررسمی مانند هنجارهای اجتماعی، اعتماد و ارزش‌های فرهنگی نیز ممکن است رفتار کارآفرینانه را تسهیل یا محدود کنند (Muralidharan & Pathak, 2017). در بازارهای نوظهور، خلأهای نهادی، ضعف زیرساخت‌ها، محدودیت منابع و عدم قطعیت محیطی از مهم‌ترین موانع توسعه کارآفرینی بین‌المللی هستند (Haddoud et al., 2019). بررسی کشورهای آفریقایی نیز نشان داده است که شبکه‌های کارآفرینی، جنسیت و خلأهای نهادی به‌طور هم‌زمان بر احتمال بین‌المللی‌شدن اثر می‌گذارند (Pindado et al., 2023). در محیط ایران نیز ضعف حمایت‌های نهادی، موانع قانونی، نوسان ارز، کمبود سرمایه و محدودیت‌های اجتماعی و فرهنگی، به‌ویژه برای زنان کارآفرین، از موانع جدی به شمار می‌روند (Ahmadian & Sohrabiani, 2023).

ماهیت چندفرهنگی فعالیت‌های بین‌المللی ایجاب می‌کند که کارآفرینی بین‌المللی در بستر ارزش‌ها، هویت‌ها و تفاوت‌های فرهنگی نیز تحلیل شود. ارزش‌های جامعه مبدأ می‌توانند بر نوع فرصت‌های مورد جست‌وجو، شیوه تعامل با مشتریان خارجی و محتوای محصولات و خدمات اثر بگذارند. در جوامع مسلمان، پیوند میان ارزش‌های فرهنگی، تولید کالا و خدمات و حضور جهانی می‌تواند مسیرهای خاصی برای کارآفرینی بین‌المللی ایجاد کند (Ebrahimi Varkiani & Mazaheri, 2023). همچنین مالکیت و ساختار خانوادگی شرکت‌ها بر شدت، سرعت و شکل بین‌المللی‌شدن اثرگذار است (Wach, 2017). در شرکت‌های خانوادگی، نگرانی درباره حفظ کنترل، میراث خانوادگی و ریسک سرمایه ممکن است تصمیم‌های بین‌المللی را محدود کند، اما سرمایه اجتماعی و تعهد بلندمدت خانواده نیز می‌تواند مزیت ایجاد کند. افزون بر این، کارآفرینی اجتماعی می‌تواند افق کارآفرینی بین‌المللی را از سودآوری صرف فراتر برده و آن را با خلق ارزش اجتماعی، حل مسائل جهانی و حکمرانی مسئولانه پیوند دهد (Shaker et al., 2014).

ساختار و طراحی مدل کسب‌وکار نیز در موفقیت فعالیت‌های بین‌المللی نقش دارد. شرکت‌ها باید ارزش پیشنهادی، شرکای کلیدی، زیرساخت‌ها، ارتباط با مشتری و منابع درآمدی خود را با ویژگی‌های بازار خارجی هماهنگ کنند. این ضرورت در بخش‌هایی مانند بانکداری توسعه‌ای و کسب‌وکارهای دانش‌بنیان اهمیت بیشتری دارد؛ زیرا فعالیت بین‌المللی آنان به شبکه‌های مالی، زیرساخت فناوری و سازوکارهای انتقال پول وابسته است (Kordnavardi, 2021; Kordnavardi et al., 2020). مدل‌های توسعه

Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

کارآفرینی بین‌المللی در شرکت‌های دانش‌بنیان نیز بر تولید فناورانه، قابلیت فروش جهانی، دانش فنی نیروی انسانی، زیرساخت تجارت الکترونیک و کاهش موانع بانکی تأکید دارند (Azimzadeh et al., 2020; Zarei et al., 2023). نوآوری، تجاری‌سازی، رقابت‌پذیری و تاب‌آوری در برابر تغییر از ویژگی‌هایی هستند که امکان حضور موفق شرکت‌های دانش‌بنیان در بازارهای خارجی را افزایش می‌دهند. حسابداری مدیریت نیز با فراهم‌کردن اطلاعات هزینه، ارزیابی ریسک و کنترل عملکرد می‌تواند کیفیت تصمیم‌گیری بین‌المللی را بهبود بخشد (Mitter & Hiebl, 2017).

در کنار عوامل تسهیل‌کننده، کارآفرینی بین‌المللی در معرض شوک‌ها و بحران‌های پیش‌بینی‌ناپذیر نیز قرار دارد. بحران‌های پاندمیک با محدودیت مرزی، کاهش تقاضا، لغو سفارش‌ها و افزایش ریسک مالی فعالیت‌های بین‌المللی را مختل می‌کنند (Leszczynska & Puchalska, 2023). بلایای طبیعی و بحران‌های بخش گردشگری نیز نشان داده‌اند که وابستگی به بازارهای خارجی می‌تواند آسیب‌پذیری شرکت‌ها را در برابر اختلالات حمل‌ونقل و کاهش درآمد افزایش دهد (Correia & Pereira, 2021). تحولات ژئوپلیتیکی، جنگ و تحریم‌ها نیز قواعد نهادی و مسیرهای مبادلاتی را تغییر می‌دهند و شرکت‌ها را ناگزیر به بازطراحی شبکه‌ها و راهبردهای خود می‌کنند (Shaker, 2022). در چنین شرایطی، توسعه قابلیت‌های انطباقی، تنوع‌بخشی به بازارها، استفاده از فناوری دیجیتال و ایجاد شبکه‌های انعطاف‌پذیر برای حفظ تداوم فعالیت ضروری است. راهبردهای توسعه بازار هدف و بهره‌گیری از روندهای بین‌المللی نیز می‌توانند تاب‌آوری صادراتی را افزایش دهند (Rashidi Rad & Mohammad Esmail, 2021).

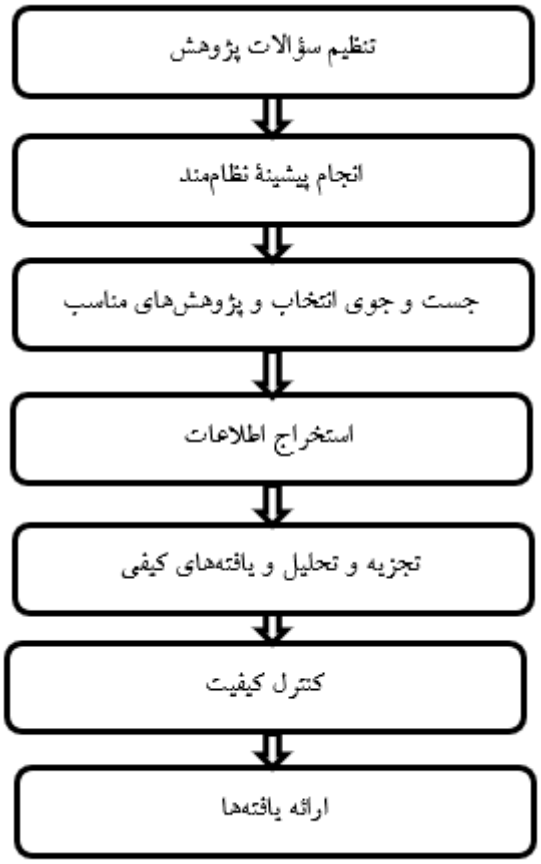
مرور پژوهش‌های موجود نشان می‌دهد که بیشتر مطالعات بر بخشی محدود از پدیده کارآفرینی بین‌المللی، مانند گرایش کارآفرینانه، عملکرد صادراتی، شبکه‌سازی، فناوری یا محیط نهادی تمرکز کرده‌اند. برخی مطالعات چارچوب‌های چرخه عمر و طولی ارائه کرده‌اند که بر تعامل جهت‌گیری کارآفرینانه، قابلیت‌ها و مزایای شبکه‌ای در مراحل مختلف بین‌المللی‌شدن تأکید دارند (Zarei et al., 2024). برخی دیگر الگوهای منطقه‌ای را با توجه به سیاست‌های دولتی، زیرساخت‌های اقتصادی، فرهنگ کارآفرینانه و همکاری‌های فرامرزی طراحی کرده‌اند (Haji Ghazi et al., 2024). بااین‌حال، تنوع مفهومی و پراکندگی یافته‌ها موجب شده است که مرز میان عوامل تأثیرگذار، مؤلفه‌های سازنده و پیامدهای کارآفرینی بین‌المللی همواره روشن نباشد. برای نمونه، نوآوری در برخی مطالعات به‌عنوان مؤلفه، در برخی به‌عنوان پیشران و در برخی دیگر به‌عنوان پیامد در نظر گرفته شده است. همچنین، برخی مطالعات بر نقش اکوسیستم‌های منطقه‌ای و حمایت دولت تأکید دارند (Niknami, 2018)، درحالی‌که برخی دیگر عملکرد بازار، برنامه صادراتی یا آمادگی سازمانی را برجسته می‌کنند.

این پراکندگی در ادبیات، نیاز به تلفیق نظام‌مند یافته‌های کیفی و مفهومی را آشکار می‌سازد. رویکردهای مروری درباره کارآفرینان بین‌المللی نشان داده‌اند که حوزه مزبور از نظر تعاریف، سطوح تحلیل و متغیرهای مورد بررسی بسیار متنوع است و هنوز به چارچوبی نیاز دارد که یافته‌های فردی، سازمانی، شبکه‌ای و نهادی را یکپارچه کند (Scheu & Kuckertz, 2023). مطالعات جدید نیز بر ضرورت عبور از مناقشات تعریفی و تمرکز بر سازوکارهای ایجاد و توسعه سرمایه‌گذاری‌های جدید بین‌المللی تأکید کرده‌اند. چنین چارچوبی باید از یک سو پیشران‌هایی مانند ذهنیت جهانی، نوآوری، قابلیت‌های پویا، فناوری و شبکه‌سازی را پوشش دهد و از سوی دیگر، بازدارنده‌هایی مانند ضعف نهادی، محدودیت مالی، تحریم، فساد، موانع فرهنگی و عدم قطعیت را تبیین کند. افزون بر این، لازم است میان پیامدهای سطح بنگاه، پیامدهای فرآیندی و آثار کلان تمایز ایجاد شود تا امکان تحلیل جامع‌تر روابط فراهم گردد. بر این اساس، هدف پژوهش حاضر شناسایی و طبقه‌بندی نظام‌مند عوامل تأثیرگذار، پیامدها و مؤلفه‌های کارآفرینی بین‌المللی و ارائه یک مدل مفهومی یکپارچه با استفاده از روش فراترکیب است.

روش‌شناسی پژوهش

در تحقیق حاضر محقق به دنبال شناسایی عوامل تاثیر گذار، پیامدها و مؤلفه‌های کارآفرینی بین‌المللی است. فراترکیب تحلیل یافته‌های مطالعات گذشته است. به عبارتی؛ فراترکیب بر مطالعه های کیفی که لزوماً مبانی نظری وسیعی را شامل نمی‌شود؛ تمرکز دارد و بجای ارائه خلاصه جمعی از یافته‌ها، یک ترکیب تفسیری از یافته‌ها را ایجاد می‌کند. به‌منظور تحقق هدف، یعنی شناسایی عوامل تاثیر گذار، پیامدها و مولفه‌های کارآفرینی بین‌المللی با روش فراترکیب، در این پژوهش از روش هفت مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو (۲۰۰۷) استفاده شده است که خلاصه این مراحل در شکل شماره ۱ نشان داده شده است.

مجوز و حق نشر: © ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.



شکل ۱. روش هفت مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو یا همان فرآیند گردآوری نظام‌مند پیشینه

یافته‌ها

گام اول: تنظیم سوالات پژوهش:

برای انجام این قسمت از یک الگوریتم چهارسؤالی استفاده شده است و در جدول شماره ۱، چهار سوال برای شناسایی عوامل تاثیر گذار، پیامدها و مؤلفه‌های کارآفرینی بین‌المللی عنوان شده است که شامل چهار قسمت چه چیزی، چه کسی، چه زمانی و چگونگی انجام پژوهش است.

جدول ۱- سوالات پژوهش

ردیف	الگوریتم چهار سوالی	الگوریتم چهار سوالی پژوهش
۱	What- برای یافتن چه چیز مطالعه فراترکیب تنظیم شده است؟	عوامل تاثیر گذار، پیامدها و مؤلفه‌های کارآفرینی بین‌المللی چه چیزهایی هستند؟
۲	Who- جامعه مورد مطالعه کدام است؟	در این پژوهش جامعه شامل کُتب، مقالات علمی به زبان فارسی و انگلیسی معتبر در نظر گرفته شده است.
۳	When- دامنه زمانی انجام پژوهش چه سال‌هایی است؟	در این پژوهش بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۵ میلادی و ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۵ شمسی
۴	How- روش انجام مطالعه چگونه است؟	نحوه گردآوری داده‌ها به روش تحلیل مقالات پیشینه

گام دوم: بررسی نظام‌مند متون

Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

در این مرحله پژوهشگر به جست و جوی نظام‌مند مقالات و پژوهش‌های منتشر شده در مجلات علمی مختلف و معتبر داخلی و خارجی و همچنین منابع عمومی و سایت‌های سازمان‌های معتبر خارجی و داخلی با هدف تعیین اسناد معتبر، موثق و مرتبط در بازه زمانی مناسب می‌پردازد. ابتدا واژگان کلیدی مرتبط گزینش می‌شود. این واژگان در جدول شماره ۲ فهرست شده است.

جدول ۲- سوالات پژوهش

ردیف	کلید واژه های انگلیسی	کلید واژه های فارسی
۱	International Entrepreneurship	کارآفرینی بین‌المللی
۲	Internationalization of Entrepreneurship	بین المللی سازی کارآفرینی
۳	Entrepreneurial Ability	قابلیت کارآفرینی

سپس از طریق موتورهای جست و جو و سایت‌های معتبر مقالات ، پایان نامه‌ها و مطالب با واژه‌های کلیدی انگلیسی و فارسی جست و جو شدند که واژه‌های بکاررفته در موتورهای جست و جو و سایت‌های معتبر به شرح جدول شماره ۳ است.

جدول ۳- پایگاه های مورد بررسی در زمینه کارآفرینی بین‌المللی

منابع	پایگاه های اطلاعاتی
داخلی	www.sid.ir
	www.Magiran.com
	www.Noormags.com
	www.civilica.com
خارجی	www.googlescholar.com
	www.sciencedirect.com
	www.springer.com
	www.emeraldinsight.com

گام سوم: جست و جو و انتخاب متون مناسب

در این گام باید کیفیت مطالعه ارزیابی شود. هدف این مرحله حذف مقاله‌ها و کتاب‌هایی است که به یافته‌های ارائه شده در آنها اعتمادی نیست. در بین ۱۴۸ منبع که بر اساس واژگان کلیدی در سایت‌های ذکر شده فوق استخراج شد به لحاظ تعیین دقت، اعتبار و اهمیت و نیز به منظور ارزیابی و گزینش دقیق‌تر پژوهش‌های مورد بررسی، منابع بر اساس هماهنگی و همخوانی عنوان با تحقیق حاضر، بررسی چکیده به منظور بررسی روش‌های تحلیل و یافته‌ها، بررسی محتوی منابع به منظور همخوانی با تحقیق حاضر بررسی شدند و در نهایت ۷۶ مقاله وارد فرایند تحقیق شدند. نمودار زیر فرایند جستجو و انتخاب متون مناسب را بر اساس عنوان، چکیده و محتوای مقالات ارزیابی شده نشان می‌دهد.

جدول ۴- شاخص ها و معیارهای اولیه بررسی مقالات

شاخص‌ها	معیار پذیرش	معیار عدم پذیرش
دوره زمانی انجام پژوهش	مقالات و پژوهش‌های چاپ شده از سال ۱۳۹۰ تا ۱۴۰۵ یا ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۵	پژوهش‌های که قبل از سال ۱۳۹۰ به چاپ رسیده‌اند.
زبان پژوهش	فارسی و انگلیسی	زبان‌های دیگر به غیر از فارسی و انگلیسی
نوع مقالات	پژوهش‌های چاپ شده در پایگاه‌های علمی	سایر(مانند مقالاتی که در روزنامه‌ها و وبلاگ‌ها چاپ شده)
موضوع	مرتبط با کارآفرینی بین المللی	موضوعاتی غیر از کارآفرینی بین المللی
نوع مجله	ایندکس شده در پایگاه‌های علمی	سایر

مجوز و حق نشر: © ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

گام چهارم: استخراج اطلاعات متون

استخراج یافته‌های پژوهش، اطلاعات مقاله‌ها بر اساس مرجع مربوط به هرمقاله شامل نام و نام خانوادگی پژوهشگر یا پژوهشگران، کشور، عنوان مقاله و سال انتشار طبقه‌بندی می‌شود. در این مرحله مقاله‌های نهایی به روش تحلیل متن مطالعه شدند. نتایج به دست آمده از این مرحله در جداول زیر نشان داده شده است.

در جدول ۵ عوامل تاثیر گذار بر کارآفرینی بین‌المللی ارائه شده است:

جدول ۵- عوامل تاثیر گذار بر کارآفرینی بین‌المللی

ردیف	محقق/محققان	سال	کشور	عنوان	روش تحقیق	عامل/عوامل تاثیرگذار
۱	حق شناس و برهانی	۱۴۰۳	ایران	حکمرانی هوشمند: کاتالیزور تحول بازار دیجیتال و محرک کارآفرینی بین المللی در عصر انقلاب صنعتی پنجم	کیفی (مرور سیستماتیک)	حکمرانی هوشمند
۲	زارعی و همکاران	۱۴۰۳	ایران	بررسی چارچوب چرخه عمر یکپارچه و طولی کارآفرینی بین المللی : بررسی جهت گیری کارآفرینی قابلیت‌ها و مزایای شبکه برای غلبه بر موانع بین المللی شدن	مروری	قابلیت شبکه سازی، قابلیت بازاریابی و قابلیت فناورانه
۳	سرداری و شبیه زاده	۱۴۰۳	ایران	شبکه‌سازی و کسب دانش بین‌المللی در شرکت‌های کوچک و متوسط: نقش ذهنیت جهانی و میانجی‌گری کارآفرینی بین‌المللی	کمی	ذهنیت جهانی
۴	زارعی و همکاران	۱۴۰۲	ایران	بررسی نقش شرکت‌های دانش بنیان در توسعه کارآفرینی بین المللی با تاکید بر ویژگی‌های (خلاقیت، تجاری سازی، مقاومت در برابر تغییر و رقابت پذیر بودن) این شرکت‌ها	کمی	نوآوری و خلاقیت؛ رقابت پذیری؛ تجاری سازی و تاب آوری در برابر تغییر
۵	احمدیان و سهرابیانی	۱۴۰۲	ایران	موانع کارآفرینی بین الملل زنان در ایران	آمیخته	موانع اجتماعی- فرهنگی، نداشتن سرمایه اولیه مورد نیاز، عدم اعتماد به نفس کافی، عدم استقلال مالی، عدم روحیه کارآفرینی، عدم روحیه ریسک‌پذیری، ترس از شکست، هزینه‌های بالای مربوط به تولید، رقابت شدید و ناسالم در جامعه، عدم آشنایی با فرایند بین‌المللی شدن، عدم آشنایی با بازاریابی و فروش محصولات، قوانین دست و پاگیر و تشریفات قانونی، پیچیدگی فرایند بین‌المللی، حمایت ناکافی دولت و مسئولان از فعالیت‌های اجتماعی، غیر پیش‌بینی بودن رخدادهای اجتماعی، نوسانات بیش از اندازه نرخ ارز، کمبود مهارت‌های حرفه‌ای

Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

۶	ناصری	۱۴۰۲	ایران	بررسی نقش فناوری دیجیتال بر کارآفرینی بین المللی در شهرهای الکترونیکی	کمی	فناوری دیجیتال
۷	صادقی و مطراوی	۱۴۰۲	ایران	بررسی تاثیر جهت گیری چارچوب‌های دیجیتال بین المللی بر جهت‌گیری نوآوری و کارآفرینی بین المللی از طریق جهت گیری بازار بین المللی در شرکت-های صادراتی صنایع غذایی استان خوزستان	کمی	جهت‌گیری چارچوب‌های دیجیتال بین المللی، جهت‌گیری بازار بین المللی
۸	ابراهیمی ورکیانی و مظاهری	۱۴۰۲	ایران	کارآفرینی بین المللی از منظر ارزش های جوامع مسلمان؛ طرحی برای تبلیغ جهانی دین (در چارچوب فلسفه و حکمت اسلامی)	کیفی	تنوع فرهنگی، توانایی تولید محصول و ارائه خدمات در عرصه بین المللی
۹	شهدکار و همکاران	۱۴۰۱	ایران	تاثیر قابلیت‌های تجارت الکترونیک در بهبود عملکرد صادراتی شرکت های دانش بنیان با نقش میانجی کارآفرینی بین الملل	کمی	قابلیت‌های تجارت الکترونیک
۱۰	چراغی و همکاران	۱۴۰۰	ایران	بررسی عوامل مؤثر و پیامدهای تبیین نقش سرمایه اجتماعی در موفقیت کارآفرینی بین‌المللی	کمی	شکوفایی اجتماعی، همبستگی اجتماعی، انسجام اجتماعی، پذیرش اجتماعی، مشارکت اجتماعی، روابط متقابل
۱۱	کرد نوردی	۱۴۰۰	ایران	بررسی و اولویت بندی عوامل موثر بر توسعه کارآفرینی بین المللی در مدل کسب و کار بانکی (مورد مطالعه: بانک توسعه صادرات ایران)	کمی	تغییرات بازار، توانایی‌های سازمانی، عوامل محیطی و مقررات احتیاطی
۱۲	رشیدی راد	۱۴۰۰	ایران	رتبه‌بندی راه‌کارهای موثر بر کارآفرینی بین المللی پایدار در جهت توسعه بازارهای هدف صادرات صنایع جانبی نیشکر	کمی	توسعه استفاده از روندهای بین المللی، قابلیت شبکه سازی، سنجش و تحقیقات بازار، دانش بازار و جهت-گیری بازار، بهره گیری فعال تر از شبکه تجاری و بهبود روابط بین شرکت و محیط بین الملل
۱۳	شریف عسکری و همکاران	۱۳۹۹	ایران	مدلسازی عوامل موثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی بین المللی در شرکت‌های دانش بنیان ایرانی با روش ساختاری تفسیری	کیفی	ویژگی‌های شخصیتی و قابلیت‌های فردی کارآفرین، عوامل محیط کشور مبداء و مقصد و قابلیت‌های بنگاه کارآفرینی
۱۴	نیکنامی	۱۳۹۷	ایران	شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر ایجاد اکوسیستم کارآفرینی بین المللی بر محیط‌های در حال توسعه منطقه‌ای (مورد مطالعه: کشور های پیرامون دریای خزر)	کمی	سیاست، فرهنگ کارآفرینی، عملکرد بازار، سرمایه انسانی، سرمایه مالی و حمایت دولت
۱۵	قربانی و همکاران	۱۳۹۵	ایران	تاثیر مدیریت بین فرهنگی و ارتباطات بین الملل بر کارآفرینی بین المللی	مروری	مدیریت بین فرهنگی و ارتباطات بین الملل

مجوز و حق نشر: © ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

۱۶	رحیم نیا و حسنی راد	۱۳۹۵	ایران	بررسی رویکرد فرصت محور و منبع محور بر کارآفرینی بین المللی	توصیفی	فرهنگ کارآفرینانه، جهت گیری استراتژیک، ساختار مدیریت و گرایش به رشد
۱۷	ریندا و همکاران	۲۰۲۶	اسپانیا	شخصیت فعال کارآفرینان، مشارکت شبکه‌ای و کارآفرینی بین‌المللی در شرکت‌های کوچک و متوسط خانوادگی	کمی	شخصیت فعال فرد کارآفرین و تعامل با شبکه‌های تجاری و اجتماعی
۱۸	نایت و همکاران	۲۰۲۵	آمریکا و فنلاند	شرکت‌های متولد جهانی، سرمایه‌گذاری‌های جدید بین‌المللی و کارآفرینی بین‌المللی	کیفی	عوامل فردی و مدیریتی، عوامل سازمانی و قابلیتی، عوامل شبکه‌ای و محیطی، عوامل فناورانه و عوامل زمینه‌ای
۱۹	سچینارو و همکاران	۲۰۲۵	ایتالیا	پل زدن بر مرزها و محدودیت‌ها: نقش فناوری‌های نوین در کارآفرینی بین‌المللی و پویایی‌های بین‌فرهنگی	کیفی (مرور سیستماتیک)	فناوری‌های نوین، پویایی‌های بین‌فرهنگی
۲۰	مرین-رودریگنز	۲۰۲۵	اسپانیا	کارآفرینی بین‌المللی در شرکت‌های کوچک و متوسط نوآور اسپانیایی: بررسی ارتباط بین قابلیت‌های مدیریتی پویای مدیران عامل، نوآوری مدل کسب و کار و عملکرد صادراتی	کمی	ارتباطات خارجی، رهبری توانمندساز و گستردگی تخصص
۲۱	پیتلیس و همکاران	۲۰۲۵	بریتانیا	رابطه بین قابلیت‌های پویا و کارآفرینی بین‌المللی	کیفی	قابلیت‌های پویا، هم‌آفرینی ارزش
۲۲	ولز-اکاپمو و همکاران	۲۰۲۵	کلمبیا	نوآوری در کارآفرینی بین‌المللی: بررسی و دستور کار تحقیقاتی	کیفی	نوآوری و نوآوری، اقدام ریسک‌پذیر
۲۳	لِشچینسکا و پوخالسکا	۲۰۲۵	لهستان	تأثیر بحران های پاندمیک بر کارآفرینی بین‌المللی	آمیخته	بحران های پاندمیک، محدودیت‌های مرزی، کاهش تقاضا و لغو سفارش‌ها، محدودیت‌های دولتی و ریسک‌های مالی، عدم قطعیت،
۲۴	کلارک و همکاران	۲۰۲۴	کانادا	سرمایه‌گذاری‌های جدید بین‌المللی: فراتر از بحث‌های تعریفی برای پیشبرد سنگ بنای کارآفرینی بین‌المللی	توصیفی (روش کتابخانه‌ای)	بدهی‌ها/محدودیت‌ها
۲۵	اعتماد و همکاران	۲۰۲۳	کانادا	به سوی چارچوب یکپارچه و طولی چرخه‌ی حیات کارآفرینی بین‌المللی: بررسی جهت‌گیری کارآفرینانه، قابلیت‌ها و مزایای شبکه برای غلبه بر موانع بین‌المللی شدن	کیفی (مرور سیستماتیک)	نوآوری، پیش‌گامی، ریسک‌پذیری، قابلیت‌های پویا و چابکی استراتژیک
۲۶	پیندادو و همکاران	۲۰۲۳	۱۷ کشور آفریقایی	کارآفرینی بین‌المللی در آفریقا: نقش خلأهای نهادی، شبکه‌های کارآفرینی و جنسیت	کمی	مقررات غیردوستانه بازار، عدم قطعیت، دسترسی به منابع محدود، خلأهای نهادی، فساد، تبعیض، عدم توجه به زنان کارآفرین
۲۷	شاکر و همکاران	۲۰۲۲	آمریکا	تغییر نهادی و کارآفرینی بین‌المللی پس از جنگ در اوکراین	توصیفی	تحریم
۲۸	کریک و همکاران	۲۰۲۲	نیوزیلند	همکاری رقابتی و کارآفرینی بین‌المللی: تأثیر جهت‌گیری رقیب	آمیخته	همکاری رقابتی و جهت‌گیری رقبا

Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

۲۹	کوریا و پریرا	۲۰۲۱	برزیل	کارآفرینی بین‌المللی و تأثیرات بلایا بر بخش گردشگری	کیفی	کاهش درآمد، لغو پروازها، بالایای طبیعی
۳۰	آرنیم و مرژوسکی	۲۰۲۰	آلمان	. ارزیابی نقش قابلیت‌های دیجیتال بر قصد بین‌المللی	کمی	قابلیت‌های دیجیتال
۳۱	ایبه و همکاران	۲۰۱۹	انگلیس	دانش بازاریابی بین‌المللی و کارآفرینی بین‌المللی در اقتصاد جهانی چند سرعته معاصر	مروری	دانش بازاریابی بین‌المللی، پیشرفت‌های فناورانه
۳۲	حَدود و همکاران	۲۰۱۹	کشورهای منتخب	کارآفرینی بین‌المللی در بازارهای نوظهور: ماهیت، محرک‌ها، موانع و عوامل تعیین‌کننده	کیفی	انحلال کسب و کارها، عدم قطعیت بازار، ضعف قوانین، فساد، نبود زیرساخت‌های مناسب، ریسک‌های سیاسی و اقتصادی، تحریم‌ها، مشکلات مالی، موانع فرهنگی، کمبود دانش بازار خارجی
۳۳	روبر و همکاران	۲۰۱۸	استرالیا	کارآفرینی بین‌المللی: جستجوی فرصت‌های کارآفرینانه در سراسر مرزهای ملی	کیفی	تجربه بین‌المللی، اکوسیستم جهانی
۳۴	میتر و هایبل	۲۰۱۷	اتریش	نقش حسابداری مدیریت در کارآفرینی بین‌المللی	کیفی	حسابداری مدیریت
۳۵	واچ	۲۰۱۷	لهستان	بررسی نقش مالکیت در کارآفرینی بین‌المللی: مالکیت چگونه بر بین‌المللی شدن شرکت‌های لهستانی تأثیر می‌گذارد؟	کمی	نگرش بین‌المللی، دانش کارآفرینی
۳۶	لیته و همکاران	۲۰۱۶	برزیل	جلوه‌های شبکه‌سازی روابط در کارآفرینی بین‌المللی	کیفی	شبکه‌های اجتماعی، کاوش فرصت‌های بین‌المللی و نگرش نسبت به ریسک و همچنین توسعه ویژگی‌های رقابتی
۳۷	چودوری و همکاران	۲۰۱۵	تحلیل چندملیتی	آیا فساد برای کارآفرینی بین‌المللی اهمیت دارد؟	کمی	اثرات مالیات، مقررات صادرات و فساد
۳۸	شاکر و همکاران	۲۰۱۴	آمریکا	پیامدهای کارآفرینی اجتماعی برای کارآفرینی بین‌المللی	کیفی	کارآفرینی اجتماعی، حکمرانی بین‌المللی
۳۹	ماینلا و همکاران	۲۰۱۳	فنلاند	مفهوم فرصت بین‌المللی در کارآفرینی بین‌المللی: بررسی و تدوین برنامه تحقیقاتی	کیفی	رفتارهای کارآفرینانه متمرکز، فرصت بین‌المللی
۴۰	سالواتوره و همکاران	۲۰۱۲	آمریکا	نقش مالکیت خانوادگی در کارآفرینی بین‌المللی: بررسی اثرات غیرخطی	کمی	مالکیت خانوادگی
۴۱	لیسچ و همکاران	۲۰۱۱	بریتانیا	ریسک و عدم قطعیت در مطالعات بین‌المللی‌سازی و کارآفرینی بین‌المللی	کیفی	ریسک و عدم قطعیت
۴۲	ناسرا و همکاران	۲۰۱۰	-	ترتیبات نهادی و کارآفرینی بین‌المللی: دولت به عنوان کارآفرین نهادی	مروری	ترتیبات نهادی و بسیج منابع

در جدول ۶ پیامدهای کارآفرینی بین‌المللی (عوامل تاثیر پذیر از کارآفرینی بین المللی) ارائه شده است:

مجوز و حق نشر: © ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

جدول ۶- پیامدهای کارآفرینی بین‌المللی (عوامل تاثیر پذیر از کارآفرینی بین المللی)

ردیف	محقق/محققان	سال	کشور	عنوان	روش تحقیق	عامل/ عوامل تاثیر پذیر
۱	کهریزی و همکاران	۱۴۰۴	ایران	نقش کارآفرینی بین المللی در ایجاد فرصتهای صادراتی برای شرکتهای کوچک و متوسط و کسب و کارهای نوپا	مروری	فرصت‌های صادراتی
۲	محمدی خیار و مزرعه	۱۴۰۴	ایران	اثرات نامتقارن کارآفرینی بین المللی در کشورهای توسعه یافته و درحال توسعه: تحلیل آستانه های نهادی و رشد اقتصادی	آمیخته	سرمایه‌گذاری داخلی، توسعه مالی
۳	چراغی	۱۴۰۴	ایران	تاثیر بهره گیری از رویکرد کارآفرینی بین الملل بر ارتقا عملکرد نوآورانه و بهره گیری از فرصت‌ها در سازمان ها	کمی	عملکرد نوآورانه؛ بهره گیری از فرصت‌ها
۴	شفیعی پور و مزیدی شرف آبادی	۱۴۰۳	ایران	نقش کارآفرینی بین المللی، نوآوری دو سویه و قابلیت های بازاریابی پویا بر عملکرد نوآوری	کمی	عملکرد نوآوری
۵	نوبخت	۱۴۰۳	ایران	بین المللی سازی کسب وکارها با تاکید بر کارآفرینی بین المللی	کمی	عملکرد بین المللی
۶	حمیدی زاده و فریدونی	۱۴۰۳	ایران	تأثیر کارآفرینی بین‌المللی با کسب آمادگی بین‌المللی شدن بر موفقیت عملکرد شرکت‌ها	کمی	موفقیت عملکرد شرکت‌ها
۷	سرداری و شبیه زاده	۱۴۰۳	ایران	شبکه‌سازی و کسب دانش بین‌المللی در شرکت‌های کوچک و متوسط: نقش ذهنیت جهانی و میانجی‌گری گرایش کارآفرینی بین‌المللی	کمی	کسب دانش، شبکه سازی بین المللی
۸	کلابی و قندی	۱۴۰۲	ایران	بین المللی سازی کسب وکارها با تاکید بر کارآفرینی بین المللی، تبیین نقش میانجی قابلیت‌های سازمانی و تعدیلگری ذهنیت جهانی	کمی	عملکرد بین المللی کسب و کار
۹	اصلاحی و فاضلی کبریا	۱۴۰۲	ایران	تاثیر کارآفرینی بین المللی بر عملکرد صادرات شرکت با نیروی محرکه عوامل سازمانی (مطالعه موردی: اتحادیه صادرکنندگان فراورده های نفت، گاز و پتروشیمی ایران)	کمی	عملکرد صادرات
۱۰	شهدکار و همکاران	۱۴۰۱	ایران	تاثیر قابلیت‌های تجارت الکترونیک در بهبود عملکرد صادراتی شرکت های دانش بنیان با نقش میانجی کارآفرینی بین الملل	کمی	عملکرد صادراتی
۱۱	ملکی	۱۴۰۰	ایران	بررسی تاثیر کارآفرینی بین المللی بر عملکرد بین المللی با توجه به نقش تعدیلگر محیط (مطالعه موردی: شرکت صادراتی توسعه صنایع بهشهر زرین)	کمی	عملکرد بین المللی
۱۲	آسایش و سلطان‌نژاد	۱۴۰۰	ایران	بهبود عملکرد بین المللی شرکت با بکارگیری کارآفرینی بین المللی (مورد مطالعه: شرکت آیدین)	کمی	عملکرد بین المللی
۱۳	نایی	۱۴۰۰	ایران	بررسی نقش میانجی گرایش بین المللی بازار بر تاثیر گرایش بین المللی کارآفرینی بر	کمی	عملکرد صادرات

Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

				عملکرد صادرات (مطالعه موردی: شرکت کاله)		
۱۴	ثنائی پور و عظیم زاده	۱۳۹۸	ایران	کاربست کارآفرینی بین المللی و کسب وکارهای دانش بنیان در توسعه پایدار کشور	کیفی	توسعه پایدار
۱۵	ربی و همکاران	۱۳۹۸	ایران	بررسی تاثیر کارآفرینی بین المللی بر عملکرد بین المللی با در نظر داشتن نقش میانجی استراتژی رقابتی و جهت گیری بازار بین المللی و نقش تعدیل گر محیط (مورد مطالعه: شرکت کاله)	کمی	عملکرد بین المللی
۱۶	صالحی و همکاران	۱۳۹۷	ایران	تاثیر سیاست های توسعه کارآفرینی بین الملل بر قابلیت های بازاریابی صنایع نفت گاز (مورد مطالعه: شرکت های دانش بنیان حوزه نفت گاز استان تهران)	کمی	قابلیت های بازاریابی
۱۷	صوف باف و لطفی	۱۳۹۷	ایران	بررسی تاثیر کارآفرینی بین المللی بر عملکرد صادراتی با در نظر گرفتن متغیر میانجی برنامه صادراتی (مورد مطالعه: شهرک صنعتی پرند)	کمی	عملکرد صادراتی و برنامه صادراتی
۱۸	اسکوتو و تزاندیس	۲۰۲۶	بریتانیا و ایتالیا	پیمایش کارآفرینی بین‌المللی ضمن تأثیرگذاری بر توسعه منطقه‌ای در عصر دیجیتال	کیفی	توسعه منطقه‌ای و جهت‌گیری جهانی
۱۹	دورو و همکاران	۲۰۲۵	ترکیه	بررسی تأثیر کارآفرینی بین‌المللی بر عملکرد صادرات: شواهدی از شرکت‌های بین‌المللی در استان غازی آنتپ	کمی	عملکرد صادرات
۲۰	کالوباندی و همکاران	۲۰۲۵	هند	نقش دانش بازار خارجی و نهادهای کشور مبدا در رابطه بین کارآفرینی و عملکرد بین‌المللی: یک متاآنالیز	کیفی	عملکرد بین‌المللی
۲۱	وانگ و همکاران	۲۰۲۴	بریتانیا	انتقال دانش بین‌المللی از طریق کارآفرینی بین‌المللی: مرور سیستماتیک و برنامه تحقیقاتی آینده	کیفی	انتقال دانش، جذب سرمایه و استعداد
۲۲	ژو و همکاران	۲۰۲۴	چین	بررسی روابط بین کارآفرینی بین‌المللی و توسعه پایدار اهداف سازمانی: نقش واسطه‌ای فناوری‌های هوش مصنوعی	کمی	توسعه پایدار
۲۳	نورانها و همکاران	۲۰۲۴	برزیل و پرتغال	کارآفرینی بین‌المللی و توسعه شایستگی‌ها در کسب و کارهای خانوادگی	کیفی	توسعه شایستگی‌ها در کسب و کارهای خانوادگی
۲۴	اعتماد و همکاران	۲۰۲۳	کانادا	به سوی چارچوب یکپارچه و طولی چرخه‌ی حیات کارآفرینی بین‌المللی: بررسی جهت‌گیری کارآفرینانه، قابلیت‌ها و مزایای شبکه برای غلبه بر موانع بین‌المللی شدن	کیفی (مرور سیستماتیک)	عملکرد صادراتی، بقا و رقابت‌پذیری در بازارهای جهانی
۲۵	بوچیری و همکاران	۲۰۲۰	هند	قابلیت‌های پویا و عملکرد سرمایه‌گذاری‌های جدید بین‌المللی در بازارهای نوظهور: آیا کارآفرینی بین‌المللی اهمیت دارد؟	کمی	عملکرد سرمایه‌گذاری

مجوز و حق نشر: © ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

۲۶	ماینلا و همکاران	۲۰۱۸	فنلاند	کارآفرینی بین‌المللی فراتر از افراد و بنگاه‌ها: در باب ماهیت سیستمی فرصت‌های بین‌المللی	کیفی	فرصت‌های اشتغال‌زا
۲۷	روبر و همکاران	۲۰۱۸	استرالیا	کارآفرینی بین‌المللی: جستجوی فرصت‌های کارآفرینانه در سراسر مرزهای ملی	کیفی	سرعت بین‌المللی شدن
۲۸	شونز و همکاران	۲۰۱۷	شرکت‌های منتخب دنیا	کارآفرینی بین‌المللی: فراتحلیلی بر رابطه بین‌المللی‌سازی و عملکرد	کیفی	بین‌المللی‌سازی شرکت‌ها و توسعه عملکرد
۲۹	موراليداران و پاتاک	۲۰۱۷	۳۹ کشور منتخب	نهادهای غیررسمی و کارآفرینی بین‌المللی	کیفی	مطلوبیت اجتماعی پایین
۳۰	گوبیک و واچ	۲۰۱۴	کشورهای ویشگراد	کارآفرینی بین‌المللی و رشد شرکتی در کشورهای ویشگراد	آمیخته	رشد شرکتی
۳۱	آئوتیو و همکاران	۲۰۱۱	-	کارآفرینی بین‌المللی و توسعه قابلیت‌ها - شواهد کیفی و مسیرهای تحقیقات آینده	کیفی	توسعه قابلیت‌ها

در جدول ۷ مولفه‌های مرتبط با کارآفرینی بین‌المللی ارائه شده است:

جدول ۷- شناسایی مولفه‌های مرتبط با کارآفرینی بین‌المللی

ردیف	محققان	سال	کشور	عنوان	مولفه های استخراج شده
۱	حاجی قاضی و همکاران	۱۴۰۳	ایران	ارائه الگوی کارآفرینی بین‌المللی: مورد مطالعه کشورهای عضو اکو	عوامل زمینه ساز و استراتژیک (سیاست‌های دولتی و تنظیمات قانونی، فرهنگ کارآفرینانه و نوآوری، زیرساخت‌های اقتصادی و فناوری)؛ مدیریت چالش‌ها (چالش‌های بروکراسی و اداری، محدودیت‌های قانونی و سیاستی و موانع فرهنگی واجتماعی)؛ ظرفیت‌سازی منطقه‌ای (ویژگی‌های اقتصادی کشورهای عضو؛ ساختار اجتماعی و فرهنگی منطقه‌ای، منابع طبیعی وزیست محیطی و نقش سازمان اکو در همکاری‌های منطقه‌ای)؛ چارچوب عملیاتی (تقویت سیاست‌های حمایتی و قوانین کارآفرینی، توسعه زیرساخت‌های منطقه‌ای و فناوری و ترویج شبکه سازی و مشارکت‌های بین المللی؛ چارچوب عملیاتی (رشد اقتصادی پایدار و نوآوری و تقویت اشتغال و کیفیت زندگی)
۲	حمیدی زاده و فریدونی	۱۴۰۳	ایران	تأثیر کارآفرینی بین‌المللی با کسب آمادگی بین‌المللی شدن بر موفقیت عملکرد شرکت‌ها	پیشگام بودن، نوآور بودن، ریسک پذیر بودن
۳	عظیم زاده و همکاران	۱۳۹۹	ایران	طراحی الگوی توسعه کارآفرینی بین المللی در کسب و کار های دانش بنیان	بین‌المللی‌سازی کسب و کار، داشتن تولید فناورانه و دارای قابلیت فروش در بازار بین‌الملل، رفع و کاهش تحریم‌های مداوم، برخورداری نیروی انسانی شرکت از دانش فنی روز، رفع مشکلات نقل و انتقال پول و ارتباطات بانکی، محیط امن برای صادرات در مقصد و برخورداری زیرساخت‌های الکترونیکی برای تجارت بین‌الملل
۴	کرد نوری و همکاران	۱۳۹۹	ایران	طراحی مدل مفهومی کسب و کار در بانک های توسعه ای با رویکرد کارآفرینی بین المللی	مدیریت ارتباط با مشتریان، مدیریت زیرساخت، نوآوری محصولات/خدمات، شرکای کلیدی، فناوری اطلاعات و

Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

					ارتباطات، ارزش پیشنهادی برای مشتریان، عوامل محیطی، نیاز بازار.
۵	دورو و همکاران	۲۰۲۵	ترکیه	بررسی تأثیر کارآفرینی بین‌المللی بر عملکرد صادرات: شواهدی از شرکت‌های بین‌المللی در استان غازی آنتپ	گرایش کارآفرینانه بین‌المللی، جهت‌گیری بازار بین‌المللی، گرایش یادگیری بین‌المللی، انگیزش بین‌المللی، جهت‌گیری شبکه‌سازی بین‌المللی با رقبا، جهت‌گیری شبکه‌سازی بین‌المللی با غیررقبا
۶	ژو و همکاران	۲۰۲۴	چین	بررسی روابط بین کارآفرینی بین‌المللی و توسعه پایدار اهداف سازمانی: نقش واسطه‌ای فناوری‌های هوش مصنوعی	جهت‌گیری کارآفرینی، قابلیت‌های بازار بین‌المللی و نوآوری کارآفرینی
۷	کاسترو و همکاران	۲۰۲۰	برزیل	ابعاد کارآفرینی بین‌المللی: تحلیلی از متون یک مجله تجاری	تمایل به سازگاری؛ شبکه‌های ارتباطی؛ فرصت‌های بین‌المللی؛ توانایی نوآوری؛ نگرش نسبت به ریسک؛ توسعه منابع رقابتی
۸	شاکر و جورج	۲۰۱۷	آمریکا	کارآفرینی بین‌المللی: وضعیت فعلی این حوزه و دستور کار تحقیقات آینده	درجه بین‌المللی شدن، سرعت بین‌المللی شدن، دامنه فعالیت
۹	دانا و همکاران	۲۰۱۶	ایتالیا	کارآفرینی بین‌المللی، برنامه‌ریزی صادرات و عملکرد صادرات: شواهدی از نمونه‌ای از شرکت‌های کوچک و متوسط	نوآوری، ریسک‌پذیری، رفتار پیش‌کنشی

گام پنجم: تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی

در این پژوهش برای تجزیه و تحلیل و تلفیق یافته‌های کیفی از روش کدگذاری باز و محوری انجام شده است. بدین منظور، ابتدا تمام عوامل استخراج شده از مطالعات، کد باز در نظر گرفته شده است. سپس با درنظر گرفتن معنای هر یک از کدها، در یک مفهوم مشابه (کدگذاری محوری) دسته‌بندی شده است. به این ترتیب مفاهیم پژوهش شکل گرفته است.

الف) عوامل تاثیر گذار بر کارآفرینی بین المللی: با بررسی دقیق استخراج تمامی عوامل تأثیرگذار بر کارآفرینی بین‌المللی از پژوهش‌های مختلف، پس از احتساب و حذف عوامل تکراری ۱۲۳ عامل شناسایی شد که شامل ۸۰ عامل پیش‌ران (تسهیل‌کننده) و ۴۳ عامل پسران (بازدارنده) می‌باشد.

جدول ۸- دسته بندی عوامل تاثیرگذار بر کارآفرینی بین المللی

عوامل شناسایی شده	تعداد عوامل	دسته بندی محقق
۱- حکمرانی هوشمند، ۲- قابلیت شبکه‌سازی، ۳- قابلیت بازاریابی، ۴- قابلیت فناورانه، ۵- ذهنیت جهانی، ۶- نوآوری و خلاقیت، ۷- رقابت‌پذیری، ۸- تجاری‌سازی، ۹- تاب‌آوری در برابر تغییر، ۱۰- فناوری دیجیتال، ۱۱- جهت‌گیری چارچوب‌های دیجیتال بین‌المللی، ۱۲- جهت‌گیری بازار بین‌المللی، ۱۳- تنوع فرهنگی، ۱۴- توانایی تولید محصول و ارائه خدمات در عرصه بین‌المللی، ۱۵- قابلیت‌های تجارت الکترونیک، ۱۶- شکوفایی اجتماعی، ۱۷- همبستگی اجتماعی، ۱۸- انسجام اجتماعی، ۱۹- پذیرش اجتماعی، ۲۰- مشارکت اجتماعی، ۲۱- روابط متقابل، ۲۲- تغییرات بازار، ۲۳- توانایی‌های سازمانی، ۲۴- عوامل محیطی، ۲۵- توسعه استفاده از روندهای بین‌المللی، ۲۶- سنجش و تحقیقات بازار، ۲۷- دانش بازار ، ۲۸- بهره‌گیری فعال‌تر از شبکه تجاری، ۲۹- بهبود روابط بین شرکت و محیط بین‌الملل، ۳۰- ویژگی‌های شخصیتی و قابلیت‌های فردی کارآفرین، ۳۱- عوامل محیط کشور مبدأ و مقصد، ۳۲- قابلیت‌های بنگاه کارآفرینی، ۳۳- سیاست، ۳۴- فرهنگ کارآفرینی، ۳۵- عملکرد بازار، ۳۶- سرمایه انسانی، ۳۷- سرمایه مالی، ۳۸- حمایت دولت، ۳۹- مدیریت بین‌فرهنگی، ۴۰- ارتباطات بین‌الملل،	۸۰	پیش‌ران‌ها (تسهیل‌کننده)

مجوز و حق نشر: © ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

۴۱- فرهنگ کارآفرینانه، ۴۲- جهت‌گیری استراتژیک، ۴۳- ساختار مدیریت، ۴۴- گرایش به رشد، ۴۵- شخصیت فعال فرد کارآفرین، ۴۶- تعامل با شبکه‌های تجاری و اجتماعی، ۴۷- عوامل فردی و مدیریتی، ۴۸- عوامل سازمانی و قابلیتی، ۴۹- عوامل شبکه‌ای و محیطی، ۵۰- عوامل فناورانه، ۵۱- عوامل زمینه‌ای، ، ۵۲- پویایی‌های بین‌فرهنگی، ۵۳- ارتباطات خارجی، ۵۴- رهبری توانمندساز، ۵۵- گستردگی تخصص، ۵۶- قابلیت‌های پویا، ۵۷- هم‌آفرینی ارزش، ۵۸- اقدام ریسک‌پذیر، ۵۹- پیش‌گامی، ۶۰- چابکی استراتژیک، ۶۱- همکاری رقابتی، ۶۲- جهت‌گیری رقبا، ۶۳- قابلیت‌های دیجیتال، ۶۴- دانش بازاریابی بین‌المللی، ۶۵- پیشرفت‌های فناورانه، ۶۶- تجربه بین‌المللی، ۶۷- اکوسیستم جهانی، ۶۸- حسابداری مدیریت، ۶۹- نگرش بین‌المللی، ۷۰- دانش کارآفرینی، ۷۱- شبکه‌های اجتماعی، ۷۲- کاوش فرصت‌های بین‌المللی، ۷۳- توسعه ویژگی‌های رقابتی، ۷۴- کارآفرینی اجتماعی، ۷۵- حکمرانی بین‌المللی، ۷۶- رفتارهای کارآفرینانه متمرکز، ۷۷- فرصت بین‌المللی، ۷۸- مالکیت خانوادگی، ۷۹- ترتیبات نهادی، ۸۰- بسیج منابع		
۱- موانع اجتماعی- فرهنگی، ۲- نداشتن سرمایه اولیه مورد نیاز، ۳- عدم اعتماد به نفس کافی، ۴- عدم استقلال مالی، ۵- عدم روحیه کارآفرینی، ۶- عدم روحیه ریسک‌پذیری، ۷- ترس از شکست، ۸- هزینه‌های بالای مربوط به تولید، ۹- رقابت شدید و ناسالم در جامعه، ۱۰- عدم آشنایی با فرایند بین‌المللی شدن، ۱۱- عدم آشنایی با بازاریابی و فروش محصولات، ۱۲- قوانین دست و پاگیر و تشریفات قانونی، ۱۳- پیچیدگی فرایند بین‌المللی، ۱۴- حمایت ناکافی دولت و مسئولان از فعالیت‌های اجتماعی، ۱۵- غیر قابل پیش‌بینی بودن رخدادهای اجتماعی، ۱۶- نوسانات بیش از اندازه نرخ ارز، ۱۷- کمبود مهارت‌های حرفه‌ای، ۱۸- مقررات احتیاطی، ۱۹- بحران‌های پاندمیک، ۲۰- محدودیت‌های مرزی، ۲۱- کاهش تقاضا و لغو سفارش‌ها، ۲۲- محدودیت‌های دولتی و ریسک‌های مالی، ۲۳- عدم قطعیت، ۲۴- بدهی‌ها/محدودیت‌ها، ۲۵- مقررات غیردوستانه بازار، ۲۶- دسترسی به منابع محدود، ۲۷- خلأهای نهادی، ۲۸- فساد، ۲۹- تبعیض، ۳۰- عدم توجه به زنان کارآفرین، ۳۱- تحریم، ۳۲- کاهش درآمد، ۳۳- لغو پروازها، ۳۴- بلایای طبیعی، ۳۵- انحلال کسب‌وکارها، ۳۶- عدم قطعیت بازار، ۳۷- ضعف قوانین، ۳۸- نبود زیرساخت‌های مناسب، ۳۹- ریسک‌های سیاسی و اقتصادی، ۴۰- مشکلات مالی، ، ۴۱- کمبود دانش بازار خارجی، ۴۲- اثرات مالیات، ۴۳- مقررات صادرات.	۴۳	پسران‌ها (بازدارنده)

ب) پیامدهای کارآفرینی بین المللی (عوامل تاثیر پذیر): با بررسی پیامدهای (عوامل تأثیرپذیر) کارآفرینی بین‌المللی بر اساس پژوهش‌های مختلف، پس از احتساب و حذف عوامل تکراری، ۲۳ عامل شناسایی شد که ۹ عامل در دسته پیامدهای رقابت افزا (پیامدهای عینی و قابل‌سنجش در سطح بنگاه)، ۸ عامل در دسته پیامدهای توانمندساز (سطح فرآیندی: پیامدهای میان‌مدت که ظرفیت‌های جدید ایجاد می‌کنند) و ۶ عامل در دسته پیامدهای کلان‌ساز (سطح نهادی: پیامدهای بلندمدت و ساختاری در سطح کلان) جای گرفته‌اند.

جدول ۹- دسته بندی پیامدهای کارآفرینی بین المللی (عوامل تاثیر پذیر)

عوامل شناسایی شده	تعداد عوامل	دسته بندی محقق
۱- عملکرد صادرات، ۲- عملکرد بین‌المللی، ۳- رشد شرکتی، ۴- بقا و رقابت‌پذیری در بازارهای جهانی، ۵- سرعت بین‌المللی شدن، ۶- عملکرد سرمایه‌گذاری، ۷-عملکرد نوآورانه، ۸- موفقیت عملکرد شرکت، ۹- بین‌المللی‌سازی شرکت‌ها	۹	پیامدهای رقابت افزا (سطح بنگاه)
۱- کسب دانش، ۲- شبکه‌سازی بین‌المللی، ۳- توسعه قابلیت‌ها، ۴- انتقال دانش، ۵- جذب سرمایه و استعداد، ۶- بهره‌گیری از فرصت‌ها، ۷- فرصت‌های اشتغال‌زا، ۸- توسعه قابلیت‌های بازاریابی	۸	پیامدهای توانمندساز (سطح فرآیندی)
۱- توسعه پایدار، ۲- توسعه منطقه‌ای و جهت‌گیری جهانی ، ۳- سرمایه‌گذاری داخلی و توسعه مالی، ۴- فرصت‌های صادراتی، ۵- مطلوبیت اجتماعی، ۶- توسعه شایستگی‌ها در کسب و کارهای خانوادگی	۶	پیامدهای کلان‌ساز (سطح نهادی)

Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

ج) ابعاد کارآفرینی بین المللی

با بررسی مؤلفه‌های کارآفرینی بین‌المللی بر اساس پژوهش‌های مختلف، پس از احتساب و حذف عوامل تکراری، ۴۸ عامل شناسایی شدند که در چهار بُعد دسته بندی شده است.

جدول ۱۰- دسته بندی ابعاد و مولفه‌های کارآفرینی بین المللی

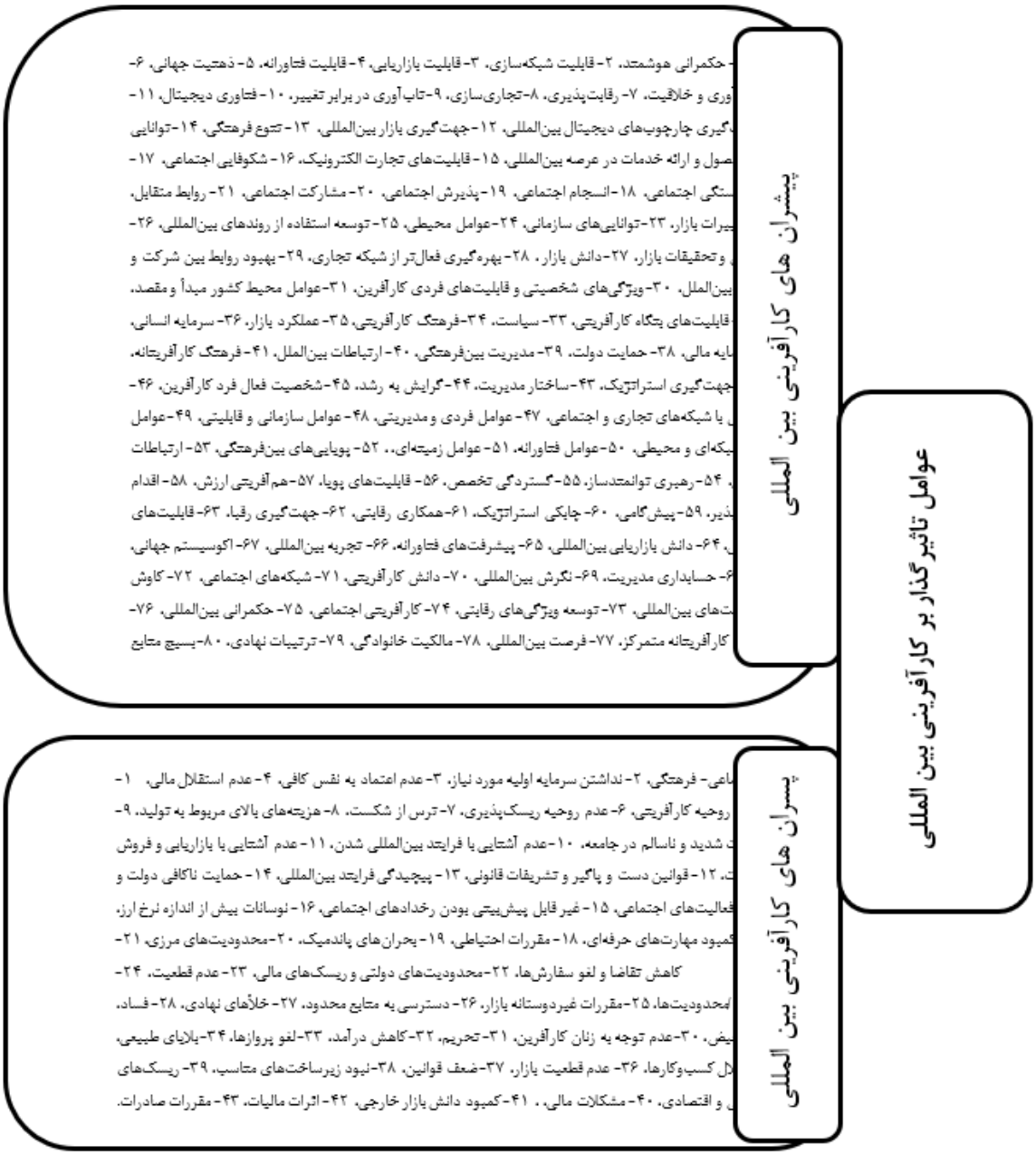
مولفه های شناسایی شده	تعداد مؤلفه	دسته بندی محقق
۱- نوآوری، ۲- پیشگام بودن، ۳- ریسک‌پذیری، ۴- گرایش کارآفرینانه بین‌المللی، ۵- گرایش یادگیری بین‌المللی، ۶- انگیزش بین‌المللی، ۷- جهت‌گیری کارآفرینی، ۸- تمایل به سازگاری	۸	ذهنیت فراسرزمینی
۱- تولید فناورانه، ۲- قابلیت فروش در بازار بین‌الملل، ۳- دانش فنی نیروی انسانی، ۴- مدیریت ارتباط با مشتریان، ۵- مدیریت زیرساخت، ۶- شرکای کلیدی، ۷- فناوری اطلاعات و ارتباطات، ۸- ارزش پیشنهادی برای مشتریان، ۹- قابلیت‌های بازار بین‌المللی، ۱۰- شبکه‌های ارتباطی، ۱۱- توسعه منابع رقابتی، ۱۲- ترویج شبکه‌سازی و مشارکت‌های بین‌المللی، ۱۳- جهت‌گیری شبکه‌سازی با رقبا، ۱۴- جهت‌گیری شبکه‌سازی با غیر رقبا	۱۴	قابلیت پیوندی فراسرزمینی
۱- سیاست‌های دولتی و تنظیمات قانونی، ۲- فرهنگ کارآفرینانه، ۳- زیرساخت‌های اقتصادی و فناوری، ۴- چالش‌های بروکراسی و اداری، ۵- محدودیت‌های قانونی و سیاستی، ۶- موانع فرهنگی و اجتماعی، ۷- ویژگی‌های اقتصادی کشورهای عضو، ۸- ساختار اجتماعی و فرهنگی منطقه‌ای، ۹- منابع طبیعی و زیست محیطی، ۱۰- نقش سازمان اکو در همکاری‌های منطقه‌ای، ۱۱- تقویت سیاست‌های حمایتی و قوانین کارآفرینی، ۱۲- توسعه زیرساخت‌های منطقه‌ای و فناوری، ۱۳- تحریم، ۱۴- مشکلات نقل و انتقال پول و ارتباطات بانکی، ۱۵- محیط امن برای صادرات در مقصد، ۱۶- زیرساخت‌های الکترونیکی برای تجارت بین‌الملل، ۱۷- عوامل محیطی، ۱۸- نیاز بازار، ۱۹- دامنه فعالیت	۱۹	ملزومات فراسرزمینی
۱- بین‌المللی‌سازی کسب و کار، ۲- جهت‌گیری بازار بین‌المللی، ۳- فرصت‌های بین‌المللی، ۴- درجه بین‌المللی شدن، ۵- سرعت بین‌المللی شدن، ۶- رشد اقتصادی پایدار، ۷- تقویت اشتغال و کیفیت زندگی	۷	جهت‌گیری‌های فراسرزمینی

گام ششم: کنترل کیفیت

در این پژوهش، پژوهشگر برای کنترل مفاهیم استخراجی مطالعات بررسی شده، از مقایسه نظرات خود با یک خبره دیگر (دارای دکتری کارآفرینی و متخصص) نیز بهره برده است. داده‌های به دست آمده از طریق نرم افزار *spss19* تجزیه و تحلیل برای استخراج ضریب کاپا انجام شد. نتایج نشان داد که مقدار شاخص کاپا برای ابعاد، عوامل تاثیر گذار و پیامدهای کارآفرینی بین المللی در سطح توافق عالی قرار گرفته است.

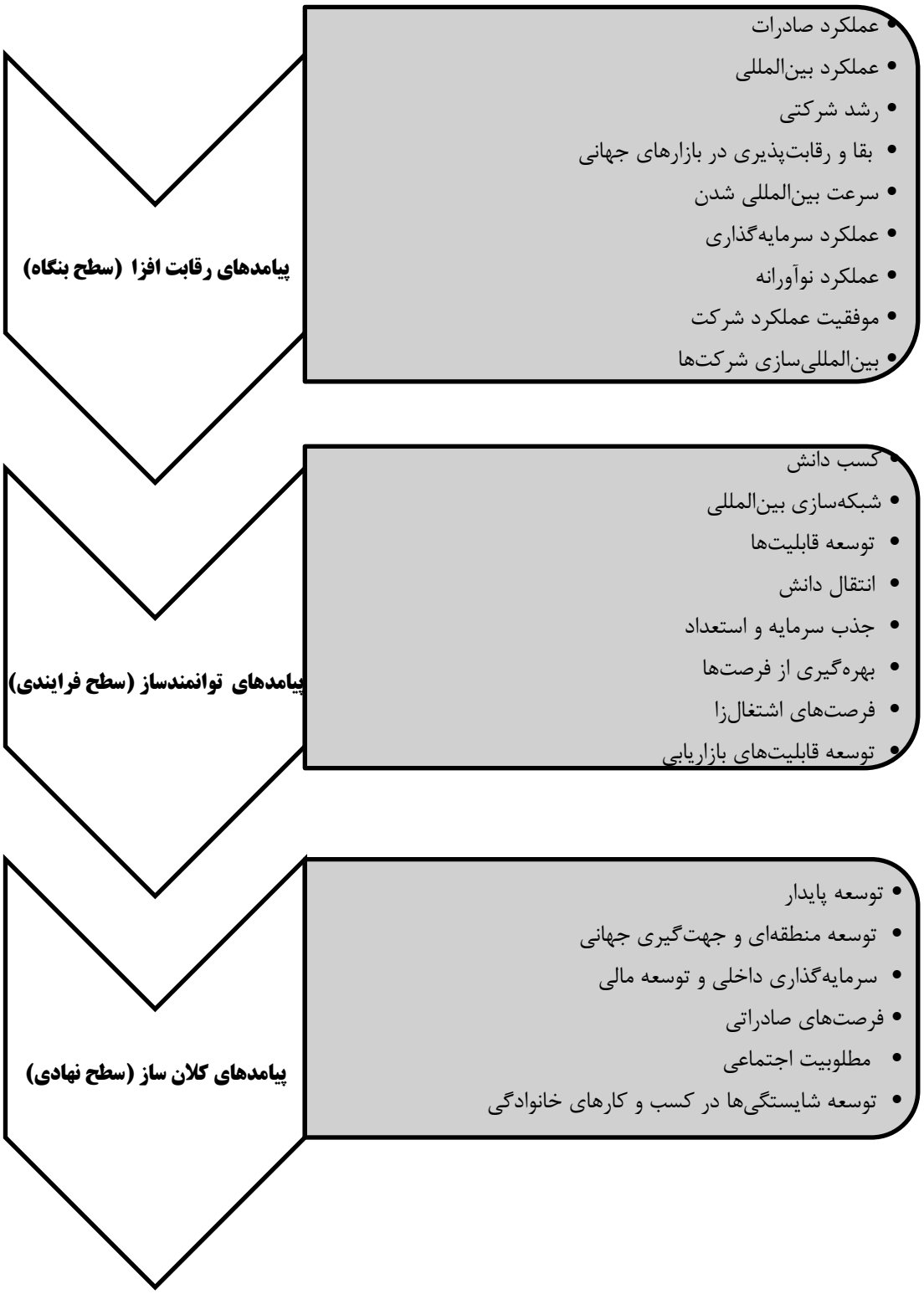
گام هفتم : ارائه مدل نهایی تحقیق: پس از بررسی نهایی، عوامل تاثیرگذار، پیامدها و مؤلفه‌های کارآفرینی بین المللی شناسایی شده‌اند که در قالب نمودار زیر به صورت مدل نهایی ترسیم شده‌اند.

مجوز و حق نشر: © ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.



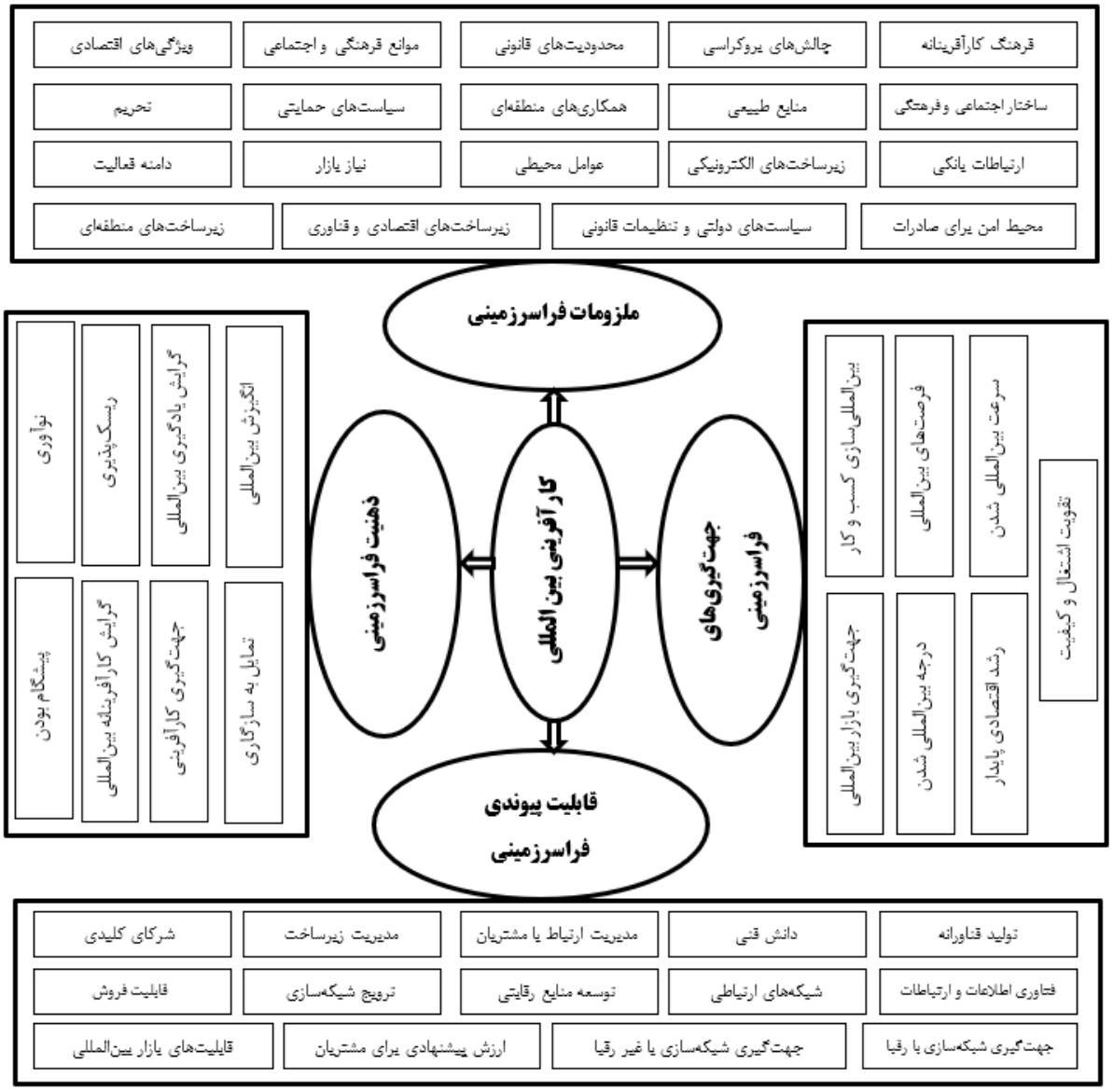
شکل ۲- عوامل تاثیرگذار بر کارآفرینی بین المللی

Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.



شکل ۳- پیامدهای کارآفرینی بین المللی

مجوز و حق نشر: © ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.



شکل ۴- ابعاد و مولفه های کارآفرینی بین المللی

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که کارآفرینی بین‌المللی پدیده‌ای چندسطحی و پیچیده است که تحت تأثیر مجموعه گسترده‌ای از عوامل تسهیل‌کننده و بازدارنده قرار دارد و در صورت شکل‌گیری موفق، پیامدهایی در سطح بنگاه، فرایندهای سازمانی و ساختارهای کلان ایجاد می‌کند. در مجموع، ۱۲۳ عامل تأثیرگذار شناسایی شد که شامل ۸۰ عامل پیشران و ۴۳ عامل بازدارنده بود. همچنین، ۲۳ پیامد در سه طبقه رقابت‌افزا، توانمندساز و کلان‌ساز و ۴۸ مؤلفه در چهار بعد ذهنیت فراسرزمینی، قابلیت پیوندی فراسرزمینی، ملزومات فراسرزمینی و جهت‌گیری‌های فراسرزمینی طبقه‌بندی شدند. این یافته کلی نشان می‌دهد که نمی‌توان توسعه کارآفرینی بین‌المللی را صرفاً به ویژگی‌های فردی کارآفرین یا توانایی صادراتی بنگاه نسبت داد، بلکه موفقیت در این حوزه حاصل تعامل میان ذهنیت، قابلیت، منابع، شبکه، فناوری، ساختار نهادی و جهت‌گیری راهبردی است. این برداشت

Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

با دیدگاه‌هایی همسو است که کارآفرینی بین‌المللی را فرایندی فرصت‌محور و چندبعدی می‌دانند که در مرز میان کارآفرینی و کسب‌وکار بین‌الملل شکل می‌گیرد و از سطح فرد فراتر می‌رود (Etemad, 2023; Mainela et al., 2018; Reuber et al., 2018).

نخستین بخش از یافته‌ها به شناسایی ۸۰ عامل پیشران اختصاص داشت. عواملی مانند حکمرانی هوشمند، قابلیت شبکه‌سازی، قابلیت بازاریابی، فناوری دیجیتال، ذهنیت جهانی، نوآوری، تجاری‌سازی، قابلیت‌های پویا، سرمایه انسانی، دانش بازار، حمایت دولت، ارتباطات بین‌المللی و تجربه بین‌المللی در این دسته قرار گرفتند. این نتایج نشان می‌دهد که پیشران‌های کارآفرینی بین‌المللی را باید در قالب یک سامانه منسجم در نظر گرفت، زیرا وجود یک عامل به‌تنهایی نمی‌تواند موفقیت پایدار ایجاد کند. برای مثال، فناوری دیجیتال زمانی به بین‌المللی‌شدن کمک می‌کند که بنگاه از دانش بازار، توان بازاریابی و منابع انسانی لازم برای استفاده از آن برخوردار باشد. مطالعات پیشین نیز نشان داده‌اند که فناوری‌های نوین، تجارت الکترونیک و زیرساخت‌های دیجیتال هزینه ورود به بازارهای خارجی را کاهش می‌دهند و ظرفیت شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها را افزایش می‌دهند (Naseri, 2023; Secinaro et al., 2025; Shahdkar et al., 2022). همچنین، حکمرانی هوشمند با کاهش اصطکاک‌های نهادی، افزایش شفافیت و تسهیل تعاملات اقتصادی می‌تواند نقش کاتالیزور را در توسعه بازارهای بین‌المللی ایفا کند (Haghshenas & Borhani, 2024).

یکی دیگر از نتایج مهم پژوهش، جایگاه برجسته قابلیت‌های شبکه‌ای و ارتباطی بود. شناسایی عواملی مانند شبکه‌سازی، تعامل با شبکه‌های تجاری و اجتماعی، ارتباطات خارجی، همکاری رقابتی، روابط بین‌شرکتی و حکمرانی بین‌المللی نشان می‌دهد که کارآفرینی بین‌المللی ماهیتی رابطه‌ای دارد. شرکت‌ها در بازارهای خارجی با کمبود اطلاعات، عدم اطمینان و ناآشنایی با نهادها و فرهنگ مقصد مواجه‌اند و شبکه‌ها می‌توانند این محدودیت‌ها را کاهش دهند. این یافته با پژوهش‌هایی همسو است که نشان داده‌اند شبکه‌های رسمی و غیررسمی دسترسی به دانش، مشتری، منابع، شرکا و مشروعیت را تسهیل می‌کنند (Leite et al., 2016; Sardari & Shabihzadeh, 2024). همچنین، همکاری رقابتی می‌تواند از طریق اشتراک منابع و دانش، فرصت ورود به بازارهای جدید را ایجاد کند، هرچند مدیریت جهت‌گیری نسبت به رقبا برای جلوگیری از رفتارهای فرصت‌طلبانه ضروری است (Crick & Crick, 2022). بنابراین، شبکه‌سازی را نمی‌توان صرفاً یک فعالیت جانبی در نظر گرفت، بلکه باید آن را یکی از زیرساخت‌های اصلی توسعه کارآفرینی بین‌المللی دانست.

یافته‌ها همچنین اهمیت ذهنیت جهانی، شخصیت فعال، ریسک‌پذیری، پیشگامی، انگیزه بین‌المللی و توان تشخیص فرصت را برجسته کردند. این عوامل نشان می‌دهند که ورود به بازارهای خارجی پیش از آنکه یک تصمیم عملیاتی باشد، مستلزم نوعی آمادگی شناختی و نگرشی است. کارآفرینانی که محیط جهانی را منبع فرصت تلقی می‌کنند، آمادگی بیشتری برای پذیرش عدم قطعیت، یادگیری از تفاوت‌های فرهنگی و جست‌وجوی بازارهای جدید دارند. این نتیجه با مطالعاتی همسو است که نقش شخصیت پیش‌کنشی و مشارکت شبکه‌ای را در قصد کارآفرینی بین‌المللی تأیید کرده‌اند (Rienda et al., 2026). همچنین، پژوهش‌های مرتبط با فرصت‌های بین‌المللی نشان می‌دهند که فرصت‌ها نه صرفاً کشف می‌شوند و نه کاملاً از پیش موجودند، بلکه در فرایند تعامل میان شناخت فردی، منابع بنگاه و شرایط بازار ساخته و توسعه داده می‌شوند (Mainela et al., 2013; Sharif Askari et al., 2020). ازاین‌رو، توسعه آموزش‌هایی که ذهنیت جهانی، تحمل ابهام، تحلیل فرصت و ریسک‌پذیری سنجیده را تقویت کنند، می‌تواند زیربنای رفتار بین‌المللی شرکت‌ها را شکل دهد.

در کنار پیشران‌ها، پژوهش حاضر ۴۳ عامل بازدارنده را شناسایی کرد که شامل محدودیت‌های مالی، نوسانات ارزی، تحریم، ضعف قوانین، بروکراسی، فساد، خلأهای نهادی، کمبود دانش بازار خارجی، موانع اجتماعی و فرهنگی، تبعیض، ترس از شکست، بحران‌های جهانی و نبود زیرساخت‌های مناسب بود. این نتیجه نشان می‌دهد که کارآفرینی بین‌المللی در خلأ رخ نمی‌دهد و حتی بنگاه‌های برخوردار از توان داخلی ممکن است تحت تأثیر محیط نامساعد از ورود به بازارهای خارجی بازبمانند. مطالعات بازارهای نوظهور نیز ضعف نهادها، فساد، محدودیت دسترسی به منابع و عدم قطعیت را از موانع اصلی بین‌المللی‌شدن معرفی کرده‌اند (Haddoud et al., 2019; Pindado et al., 2023). همچنین، فساد با افزایش هزینه‌های مبادله و کاهش قابلیت پیش‌بینی، تصمیم‌گیری کارآفرینانه را دشوار می‌کند (Chowdhury et al., 2015). در محیط ایران، موانع مالی، قوانین پیچیده، نوسان ارز و محدودیت‌های فرهنگی به‌ویژه برای زنان کارآفرین اهمیت بیشتری دارند (Ahmadian & Sohrabiani, 2023). بنابراین، حمایت از کارآفرینی بین‌المللی تنها از طریق آموزش یا تأمین مالی محقق نمی‌شود، بلکه مستلزم اصلاح هماهنگ محیط نهادی، قانونی، بانکی و اجتماعی است.

مجوز و حق نشر: © ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

وجود بحران‌های پاندمیک، بلایای طبیعی، تحولات ژئوپلیتیکی و محدودیت‌های مرزی در میان عوامل بازدارنده، ضرورت توجه به تاب‌آوری را نشان می‌دهد. بنگاه‌های بین‌المللی به دلیل وابستگی به زنجیره‌های تأمین، حمل‌ونقل، بازارهای خارجی و نظام‌های مالی بین‌کشوری، در برابر شوک‌های محیطی آسیب‌پذیرند. بحران همه‌گیری نشان داد که کاهش تقاضا، لغو سفارش‌ها و محدودیت‌های تردد می‌تواند فعالیت شرکت‌های بین‌المللی را به‌سرعت مختل کند (Leszczynska & Puchalska, 2023). بلایای طبیعی نیز به‌ویژه در بخش گردشگری می‌توانند جریان‌های درآمدی و ارتباط با بازار مقصد را متوقف سازند (Correia & Pereira, 2021). افزون بر این، جنگ و تحریم موجب تغییر در قواعد نهادی و شبکه‌های مبادله می‌شود و بنگاه‌ها را ناچار می‌کند مسیرهای تجاری خود را بازطراحی کنند (Shaker, 2022). بر این اساس، تاب‌آوری در برابر تغییر، تنوع‌بخشی به بازار، ایجاد شبکه‌های جایگزین و توسعه زیرساخت‌های دیجیتال باید بخشی از الگوی کارآفرینی بین‌المللی باشد.

دومین بخش یافته‌ها به شناسایی پیامدهای کارآفرینی بین‌المللی مربوط بود. پیامدهای رقابت‌افزا شامل عملکرد صادراتی، عملکرد بین‌المللی، رشد شرکت، بقا، رقابت‌پذیری، سرعت بین‌المللی‌شدن، عملکرد سرمایه‌گذاری و عملکرد نوآورانه بودند. این یافته بیانگر آن است که کارآفرینی بین‌المللی در سطح بنگاه می‌تواند به گسترش بازار، افزایش درآمد، بهبود موقعیت رقابتی و ارتقای عملکرد منجر شود. مطالعات پیشین نیز رابطه مثبت بین گرایش کارآفرینانه بین‌المللی و عملکرد صادراتی را تأیید کرده‌اند (Doru et al., 2025; Eslahi & Fazeli Kabria, 2023; Soufbaf & Lotfi, 2018). بااین‌حال، این رابطه مستقیم و خودکار نیست و عواملی مانند برنامه‌ریزی صادرات، جهت‌گیری بازار، قابلیت‌های سازمانی و شرایط محیطی در آن نقش واسطه‌ای یا تعدیل‌کننده دارند (Kolabi & Ghandi, 2024; Nayebi, 2021; Rabbi & Vakilolraaya, 2019). این امر نشان می‌دهد که برای تبدیل رفتار کارآفرینانه به عملکرد واقعی، شرکت باید سازوکارهای سازمانی و بازاری متناسبی ایجاد کند.

پیامدهای توانمندساز شامل کسب دانش، شبکه‌سازی بین‌المللی، توسعه قابلیت‌ها، انتقال دانش، جذب سرمایه و استعداد، بهره‌گیری از فرصت‌ها و توسعه قابلیت‌های بازاریابی بود. این نتایج اهمیت پیامدهای غیرمالی و میان‌مدت را آشکار می‌سازد. در بسیاری از موارد، دستاورد اولیه ورود به بازار خارجی ممکن است افزایش فوری سود نباشد، بلکه دسترسی به دانش جدید، یادگیری فناوری، تقویت برند و توسعه شبکه‌ها باشد. این ظرفیت‌ها در مراحل بعدی به افزایش عملکرد منجر می‌شوند. پژوهش‌های پیشین نیز نشان داده‌اند که انتقال دانش بین‌المللی از طریق تعاملات کارآفرینانه به یادگیری، نوآوری و توسعه قابلیت‌ها کمک می‌کند (Wang et al., 2024). همچنین، دانش بازار خارجی در تقویت رابطه میان کارآفرینی بین‌المللی و عملکرد نقش اساسی دارد (Kalubandi et al., 2025). بنابراین، ارزیابی موفقیت کارآفرینی بین‌المللی نباید تنها به شاخص‌های کوتاه‌مدت مالی محدود شود، بلکه باید رشد سرمایه دانشی، رابطه‌ای و سازمانی را نیز دربرگیرد.

پیامدهای کلان‌ساز شامل توسعه پایدار، توسعه منطقه‌ای، سرمایه‌گذاری داخلی، توسعه مالی، فرصت‌های صادراتی، مطلوبیت اجتماعی و توسعه شایستگی‌ها بود. این نتیجه نشان می‌دهد که آثار کارآفرینی بین‌المللی می‌تواند از سطح شرکت فراتر رود و بر ساختارهای اقتصادی و اجتماعی اثر بگذارد. ورود شرکت‌ها به بازارهای جهانی می‌تواند اشتغال، جریان سرمایه، توسعه فناوری و تعاملات منطقه‌ای را تقویت کند (Sanaeipour & Azimzadeh, 2019; Scuotto & Tzanidis, 2026). همچنین، فناوری‌های هوش مصنوعی می‌توانند از طریق افزایش کارایی و نوآوری، ارتباط میان کارآفرینی بین‌المللی و اهداف توسعه پایدار را تقویت کنند (Xu et al., 2024). بااین‌حال، آثار کلان در کشورهای مختلف یکسان نیست و کیفیت نهادها و سطح توسعه اقتصادی می‌تواند جهت و شدت این پیامدها را تغییر دهد (Mohammadi Khiare & Mazrae, 2025). بنابراین، سیاست‌های توسعه کارآفرینی بین‌المللی باید با شرایط نهادی و ظرفیت‌های اقتصادی هر کشور هماهنگ شوند.

بخش سوم یافته‌ها نشان داد که مؤلفه‌های کارآفرینی بین‌المللی در چهار بعد ذهنیت فراسرزمینی، قابلیت پیوندی فراسرزمینی، ملزومات فراسرزمینی و جهت‌گیری‌های فراسرزمینی سازمان می‌یابند. ذهنیت فراسرزمینی شامل نوآوری، پیشگامی، ریسک‌پذیری، یادگیری و انگیزش بین‌المللی بود. این بعد نشان‌دهنده بنیان شناختی و رفتاری کارآفرینی بین‌المللی است و با مطالعاتی همخوانی دارد که نوآوری، ریسک‌پذیری و رفتار پیش‌کنشی را عناصر اصلی گرایش کارآفرینانه معرفی کرده‌اند (Castro et al., 2020; Dana et al., 2016). قابلیت پیوندی فراسرزمینی شامل فناوری، شرکای کلیدی، مدیریت مشتری، شبکه‌های ارتباطی و قابلیت‌های بازار بود و نشان داد که شرکت باید بتواند منابع و بازیگران مختلف را در سطح بین‌المللی به هم متصل کند. این تفسیر با نقش قابلیت‌های پویا، شبکه‌ای و مدیریتی در نوآوری مدل کسب‌وکار و عملکرد صادراتی سازگار است (Merin-Rodriguez et al., 2025; Pitelis et al., 2025).

Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

ملزومات فراسرزمینی بیشترین تعداد مؤلفه را دربرگرفت و شامل سیاست‌های دولتی، زیرساخت‌های اقتصادی و فناورانه، محیط قانونی، شرایط فرهنگی، تحریم، نظام بانکی، امنیت صادرات و نیاز بازار بود. این گستردگی نشان می‌دهد که کارآفرینی بین‌المللی به‌شدت به زمینه وابسته است. حتی کارآفرینان نوآور و شرکت‌های دارای قابلیت بالا، بدون زیرساخت و حمایت نهادی مناسب با محدودیت مواجه خواهند شد. مدل‌های ارائه‌شده برای کشورهای منطقه نیز بر هم‌زمانی سیاست‌های حمایتی، توسعه زیرساخت و شبکه‌سازی تأکید دارند (Haji Ghazi et al., 2024). بعد جهت‌گیری‌های فراسرزمینی نیز شامل درجه و سرعت بین‌المللی‌شدن، جهت‌گیری بازار و فرصت‌های بین‌المللی بود و نشان داد که کارآفرینی بین‌المللی باید به تصمیم‌های مشخص درباره دامنه، مسیر و شدت حضور خارجی منجر شود. این بعد با چارچوب‌های چرخه عمر بین‌المللی‌شدن و تأکید بر تحول جهت‌گیری‌ها و قابلیت‌ها در طول زمان سازگار است (Etemad, 2023; Zarei et al., 2024).

در مجموع، مدل به‌دست‌آمده از پژوهش حاضر نشان می‌دهد که پیشران‌ها و بازدارنده‌ها بر شکل‌گیری چهار بعد اصلی کارآفرینی بین‌المللی اثر می‌گذارند و این ابعاد نیز پیامدهایی در سه سطح بنگاه، فرایند و نهاد ایجاد می‌کنند. اهمیت این مدل در آن است که میان عوامل زمینه‌ای، عناصر سازنده پدیده و نتایج آن تمایز برقرار می‌کند. این تمایز می‌تواند بخشی از ابهام مفهومی موجود در ادبیات را کاهش دهد؛ زیرا برخی مفاهیم در پژوهش‌های گذشته گاه به‌عنوان عامل، گاه مؤلفه و گاه پیامد مطرح شده‌اند. مدل حاضر همچنین نشان می‌دهد که سیاست‌گذاری یا مدیریت موفق در این حوزه مستلزم رویکردی متوازن است؛ بدین معنا که تقویت نوآوری و ذهنیت جهانی بدون اصلاح نهادها کافی نیست و اصلاح قوانین نیز بدون توسعه قابلیت بنگاه و شبکه‌سازی به نتیجه مطلوب نمی‌رسد. ازاین‌رو، کارآفرینی بین‌المللی باید به‌مثابه یک نظام تعاملی و پویا مدیریت شود.

یکی از محدودیت‌های پژوهش حاضر آن است که داده‌ها از مطالعات پیشین استخراج شده‌اند و پژوهش از داده‌های میدانی مستقیم استفاده نکرده است؛ در نتیجه، کیفیت یافته‌ها تا حدی به دقت گزارش‌دهی و کیفیت روش‌شناختی منابع اولیه وابسته است. محدودیت دیگر به ناهمگونی مفهومی مطالعات مربوط می‌شود، زیرا برخی پژوهش‌ها تعاریف متفاوتی از کارآفرینی بین‌المللی، بین‌المللی‌شدن و گرایش کارآفرینانه ارائه کرده‌اند. همچنین، تمرکز بر منابع فارسی و انگلیسی ممکن است موجب نادیده‌گرفتن پژوهش‌های منتشرشده به زبان‌های دیگر شده باشد. طبقه‌بندی مفاهیم نیز با وجود استفاده از نظر متخصص و ضریب توافق، همچنان متأثر از قضاوت تفسیری پژوهشگران است و امکان هم‌پوشانی برخی عوامل و مؤلفه‌ها وجود دارد.

پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده، مدل ارائه‌شده با استفاده از روش‌های کمی و مدلسازی معادلات ساختاری در میان شرکت‌های صادرات‌محور، دانش‌بنیان و متولد جهانی آزمون شود. همچنین، مقایسه مدل در صنایع مختلف، کشورهای توسعه‌یافته و درحال‌توسعه و محیط‌های نهادی متفاوت می‌تواند میزان ثبات یا وابستگی زمینه‌ای آن را مشخص سازد. انجام مطالعات طولی نیز برای بررسی تغییر اهمیت پیشران‌ها و بازدارنده‌ها در مراحل مختلف بین‌المللی‌شدن ضروری است. پژوهشگران می‌توانند نقش متغیرهایی مانند اندازه شرکت، مالکیت خانوادگی، جنسیت کارآفرین، شدت فناوری، تجربه صادراتی و نوع بازار مقصد را به‌عنوان عوامل تعدیل‌کننده بررسی کنند. توسعه ابزار سنجش معتبر بر اساس چهار بعد شناسایی‌شده نیز می‌تواند زمینه ارزیابی تجربی آمادگی بنگاه‌ها برای ورود به بازارهای بین‌المللی را فراهم سازد.

از منظر کاربردی، سیاست‌گذاران باید مجموعه‌ای هماهنگ از اقدامات نهادی، مالی، آموزشی و فناورانه را برای توسعه کارآفرینی بین‌المللی اجرا کنند. ساده‌سازی مقررات صادرات، ایجاد پنجره واحد خدمات بین‌المللی، تثبیت رویه‌های گمرکی و بانکی و توسعه سازوکارهای پوشش ریسک می‌تواند موانع محیطی را کاهش دهد. مدیران بنگاه‌ها نیز باید بر توسعه ذهنیت جهانی، آموزش بازاریابی بین‌المللی، تقویت قابلیت‌های دیجیتال، ایجاد شبکه‌های خارجی و طراحی مدل‌های کسب‌وکار انعطاف‌پذیر تمرکز کنند. ایجاد کنسرسیوم‌های صادراتی، مراکز مشاوره بازار خارجی، برنامه‌های منتورینگ و حمایت هدفمند از زنان و کارآفرینان نوپا نیز می‌تواند دسترسی به منابع و فرصت‌ها را بهبود دهد. همچنین، ارزیابی آمادگی بین‌المللی شرکت‌ها باید پیش از ورود به بازار خارجی و بر اساس ابعاد ذهنیتی، قابلیتی، نهادی و راهبردی انجام شود.

تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در طی مراحل این پژوهش به ما یاری رساندند تشکر و قدردانی می‌گردد.

مجوز و حق نشر: © ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافعی وجود ندارد.

حمایت مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

موازین اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازین و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

Extended Summary

Introduction

International entrepreneurship has emerged as a major interdisciplinary field at the intersection of entrepreneurship, strategic management, international business, innovation, and economic development. It generally refers to the identification, evaluation, and exploitation of entrepreneurial opportunities across national borders through innovative, proactive, and risk-oriented behavior. Unlike traditional internationalization approaches, which often emphasize the gradual expansion of large and established firms, international entrepreneurship highlights the capacity of entrepreneurs, start-ups, small and medium-sized enterprises, knowledge-based firms, born-global companies, and international new ventures to enter foreign markets rapidly and strategically. This perspective considers national borders not only as geographical or institutional constraints but also as arenas for opportunity recognition, resource combination, knowledge exchange, and value creation (Clark & Pidduck, 2024; Knight et al., 2025; Reuber et al., 2018; Shaker & George, 2017). The development of digital technologies, electronic commerce, artificial intelligence, online platforms, and global communication networks has further transformed the internationalization process by reducing information asymmetry, lowering market-entry costs, and enabling smaller firms to participate in global value chains (Naseri, 2023; Secinaro et al., 2025; Shahdkar et al., 2022). In this context, international entrepreneurship has become closely associated with technological capabilities, international market orientation, global mindset, innovative business models, and the ability to respond rapidly to changes in foreign markets (Merin-Rodriguez et al., 2025; Pitelis et al., 2025; Sadeghi & Matrawi, 2023). Previous studies have shown that successful international entrepreneurial activity depends not merely on the availability of financial or physical resources but also on dynamic capabilities, managerial competencies, marketing knowledge, organizational learning, and the ability to reconfigure resources in response to environmental turbulence (Buccieri et al., 2021; Ibeh et al., 2019; Kalubandi et al., 2025). At the individual level, proactive personality, risk tolerance, international motivation, opportunity recognition, adaptability, and a global cognitive orientation influence international entrepreneurial intentions and behaviors (Mainela et al., 2013; Rienda et al., 2026; Sharif Askari et al.,

Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

2020). At the organizational level, international entrepreneurial orientation, innovative capacity, export planning, network capability, and dynamic marketing capabilities contribute to export and international performance (Dana et al., 2016; Doru et al., 2025; Shafieipour & Mazidi Sharafabadi, 2024). Networks are especially important because they provide access to foreign market knowledge, business partners, technological resources, distribution channels, and legitimacy in unfamiliar environments (Leite et al., 2016; Sardari & Shabihzadeh, 2024). However, international entrepreneurship is also constrained by institutional voids, corruption, regulatory complexity, financial limitations, cultural barriers, sanctions, political risk, inadequate infrastructure, and uncertainty (Ahmadian & Sohrabiani, 2023; Chowdhury et al., 2015; Haddoud et al., 2019; Pindado et al., 2023). Crises such as pandemics, natural disasters, wars, and cross-border restrictions intensify these barriers and demonstrate the importance of resilience, diversification, and adaptive capacity (Correia & Pereira, 2021; Leszczynska & Puchalska, 2023; Shaker, 2022). The consequences of international entrepreneurship are likewise multidimensional. At the firm level, it can improve export performance, international growth, innovation, survival, and competitiveness (Eslahi & Fazeli Kabria, 2023; Hamidizadeh & Fereydouni, 2024; Schwens et al., 2018). At the process level, it can strengthen organizational learning, knowledge transfer, marketing capabilities, and network development (Sardari & Shabihzadeh, 2024; Wang et al., 2024). At the broader institutional and socioeconomic levels, it may support regional development, employment generation, technology diffusion, financial development, and sustainability (Mohammadi Khiare & Mazrae, 2025; Scuotto & Tzanidis, 2026; Xu et al., 2024). Despite the substantial growth of this literature, previous studies have often examined only one or a limited number of determinants, dimensions, or outcomes. Consequently, the conceptual boundaries between drivers, barriers, core components, and consequences remain fragmented. The present study therefore sought to synthesize the existing qualitative and conceptual evidence in order to identify and classify the influencing factors, consequences, and fundamental components of international entrepreneurship within an integrated model.

Methods and Materials

The present study employed a qualitative meta-synthesis design based on the seven-stage procedure of Sandelowski and Barroso. The research population consisted of Persian- and English-language scholarly works addressing international entrepreneurship and related concepts. A systematic search was conducted across major national and international academic databases using combinations of keywords such as international entrepreneurship, entrepreneurship internationalization, entrepreneurial capability, export entrepreneurship, international opportunity, international entrepreneurial orientation, and international performance. The temporal scope covered studies published between 2010 and 2025 in English-language sources and between 1390 and 1405 in Persian-language sources. Inclusion criteria consisted of relevance to the research problem, publication in recognized academic outlets, availability of sufficient methodological and analytical information, and direct examination of the antecedents, barriers, dimensions, or outcomes of international entrepreneurship. Nonacademic publications, duplicate records, studies outside the defined time period, papers in languages other than Persian or English, and documents lacking conceptual relevance were excluded. The initial search yielded 148 potentially relevant sources. Titles, abstracts, and full texts were screened sequentially, resulting in the inclusion of 76 eligible studies in the final synthesis. Data extraction was performed using a structured form that recorded author information, publication year, country, research design, study focus, and extracted concepts. The findings of each study were coded through open coding, and conceptually similar codes were then integrated through axial coding. Duplicate and overlapping concepts were merged, and broader thematic categories were developed. To strengthen the dependability of the coding and classification process, an entrepreneurship expert

مجوز و حق نشر: © ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

independently reviewed the extracted concepts and thematic assignments. Inter-rater agreement was assessed using Cohen's kappa coefficient in SPSS version 19. The final conceptual model was constructed by organizing the identified influencing factors, consequences, dimensions, and components into a coherent multilevel framework.

Findings

The meta-synthesis resulted in the identification of 123 factors influencing international entrepreneurship. These factors were divided into 80 facilitating drivers and 43 inhibiting factors. The facilitating drivers included smart governance, networking capability, marketing capability, technological capability, global mindset, innovation and creativity, competitiveness, commercialization, resilience to change, digital technology, international digital orientation, international market orientation, cultural diversity, e-commerce capability, social capital, organizational capabilities, market knowledge, foreign market research, strategic orientation, human capital, financial capital, government support, cross-cultural management, international communication, dynamic capabilities, value co-creation, proactive behavior, strategic agility, international experience, entrepreneurial knowledge, social networks, opportunity exploration, and institutional arrangements. The inhibiting factors included sociocultural barriers, insufficient initial capital, lack of self-confidence and financial independence, fear of failure, low risk tolerance, high production costs, weak knowledge of internationalization and foreign marketing, bureaucratic regulations, limited government support, exchange-rate volatility, inadequate professional skills, border restrictions, pandemic crises, reduced demand, financial risk, institutional voids, corruption, discrimination, sanctions, natural disasters, political and economic instability, infrastructure deficiencies, taxation, and restrictive export regulations.

The analysis also identified 23 consequences of international entrepreneurship. These were grouped into three levels. Nine competitiveness-enhancing outcomes at the firm level included export performance, international performance, corporate growth, survival and competitiveness in global markets, speed of internationalization, investment performance, innovative performance, overall firm success, and organizational internationalization. Eight capability-building outcomes at the process level included knowledge acquisition, international networking, capability development, knowledge transfer, attraction of capital and talent, opportunity exploitation, employment creation, and the development of marketing capabilities. Six macro-structural outcomes at the institutional level included sustainable development, regional development and global orientation, domestic investment and financial development, export opportunities, social desirability, and competency development in family businesses.

Furthermore, 48 components of international entrepreneurship were identified and organized into four major dimensions. The transnational mindset dimension comprised eight components: innovation, proactiveness, risk-taking, international entrepreneurial orientation, international learning orientation, international motivation, entrepreneurial orientation, and adaptability. The transnational relational capability dimension included 14 components, such as technological production, international sales capability, technical knowledge of human resources, customer relationship management, infrastructure management, key partnerships, information and communication technologies, customer value proposition, international market capability, communication networks, competitive resource development, international networking, and networking orientation toward competitors and noncompetitors. The transnational requirements dimension contained 19 components related to government policies, legal regulations, entrepreneurial culture, economic and technological infrastructure, bureaucratic challenges, cultural and social barriers, regional economic characteristics, environmental resources, regional cooperation, supportive legislation, sanctions, financial transfer restrictions, export security, electronic trade infrastructure, environmental conditions, market needs, and scope of activity. Finally, the transnational orientation dimension included seven components:

Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

business internationalization, international market orientation, international opportunities, degree of internationalization, speed of internationalization, sustainable economic growth, and the enhancement of employment and quality of life. The kappa analysis indicated excellent agreement between evaluators regarding the classification of the extracted factors, outcomes, dimensions, and components.

Discussion and Conclusion

The findings demonstrate that international entrepreneurship is not a single organizational behavior or a narrow export strategy, but a dynamic and multilevel system shaped by the interaction of individual, organizational, relational, technological, institutional, and environmental conditions. The large number of facilitating and inhibiting factors indicates that international entrepreneurial success cannot be achieved through isolated interventions. For instance, innovation and global mindset may initiate international ambition, but they are unlikely to produce sustainable outcomes without access to foreign market knowledge, financial resources, digital infrastructure, supportive institutions, and effective networks. Similarly, favorable policies alone cannot ensure success when firms lack managerial competence, strategic agility, and international marketing capability.

The prominence of networking, digital technology, market knowledge, and dynamic capabilities among the facilitating factors suggests that the contemporary international entrepreneur must function as a connector of resources, knowledge, and institutions across borders. Networks reduce uncertainty, provide legitimacy, and allow firms to access opportunities that would otherwise remain unavailable. Digital capabilities further extend these networks by enabling rapid communication, online sales, market intelligence, and coordination across geographically dispersed markets. The findings also show that resilience is not a peripheral capability but a central requirement, particularly under conditions of sanctions, pandemics, political instability, exchange-rate volatility, and supply-chain disruption.

The classification of consequences into firm-level, process-level, and institutional-level outcomes clarifies that the value of international entrepreneurship should not be judged solely through short-term financial performance. Knowledge acquisition, network expansion, talent attraction, and capability development may precede measurable export growth and may constitute the most important intermediate outcomes of early internationalization. At the macro level, international entrepreneurship can contribute to regional development, job creation, financial development, and sustainability, although these effects depend strongly on institutional quality and national economic conditions.

The four-dimensional structure developed in this study offers an integrated interpretation of international entrepreneurship. Transnational mindset provides the cognitive and motivational foundation; transnational relational capability enables the firm to connect with markets, customers, technologies, and partners; transnational requirements represent the institutional and infrastructural conditions necessary for international activity; and transnational orientations translate intentions and capabilities into specific patterns of foreign market engagement. The proposed model therefore distinguishes between antecedent conditions, internal components, and subsequent outcomes while showing how they operate as an interconnected system.

In conclusion, international entrepreneurship is best understood as a multilevel and interactive phenomenon whose success depends on simultaneously strengthening facilitating drivers, reducing structural and environmental barriers, developing all four core dimensions, and targeting outcomes at the firm, process, and institutional levels. The resulting framework can be used to assess organizational readiness for internationalization, guide policy design, and support the development of export-oriented, innovative, and knowledge-based enterprises.

مجوز و حق نشر: © ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

References

Ahmadian, S., & Sohrabiani, B. (2023). Barriers to Women's International Entrepreneurship in Iran. *Journal of Entrepreneurship Knowledge*, *3*(8), 1-11.

Asayesh, F., & Soltannejad, R. (2021). Improving a Company's International Performance through the Application of International Entrepreneurial Culture: A Case Study of Aydin Company. Second International Conference on Challenges and New Solutions in Industrial Engineering, Management, and Accounting,

Azimzadeh, A., Sanaeipour, H., Ashrafi, M., & Shojaei, S. (2020). Designing a Model for the Development of International Entrepreneurship in Knowledge-Based Businesses. *Journal of Entrepreneurship in Agriculture*, *7*(4), 67-84.

Buccieri, D., Javalgi, R. G., & Jancenelle, V. E. (2021). Dynamic capabilities and performance of emerging market international new ventures: Does international entrepreneurial culture matter? *International Small Business Journal*, *39*(5), 474-499. https://doi.org/10.1177/0266242620969682

Castro, A. L. d. O., Pereira, M. M. O., Silva, F. D., & Andrade, D. M. (2020). Dimensions of international entrepreneurship: An analysis of texts in a business magazine. *Revista De Negócios*, *25*(1), 38-55. https://doi.org/10.7867/1980-4431.2020v25n1p38-55

Cheraghi, M. J. (2025). The Impact of Using the International Entrepreneurship Approach on Improving Innovative Performance and Opportunity Exploitation in Organizations. *Business Economics Research Letter*, *16*(37).

Chowdhury, F., Audretsch, D. B., & Belitski, M. (2015). Does corruption matter for international entrepreneurship? *International Entrepreneurship and Management Journal*, *11*(4), 959-980. https://doi.org/10.1007/s11365-015-0372-5

Clark, D. R., & Pidduck, R. J. (2024). International new ventures: Beyond definitional debates to advancing the cornerstone of international entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, *62*(3), 1549-1571. https://doi.org/10.1080/00472778.2022.2149761

Correia, A. S., & Pereira, Y. V. (2021). International entrepreneurship and the impacts of catastrophes on the tourism sector. *Rosa dos Ventos*, *13*(4), 1-19. https://doi.org/10.18226/21789061.v13i4p09

Crick, J. M., & Crick, D. (2022). Coopetition and international entrepreneurship: The influence of a competitor orientation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, *28*(3), 801-828. https://doi.org/10.1108/IJEBR-06-2021-0519

Dana, L. P., Grandinetti, R., & Mason, M. C. (2016). International entrepreneurship, export planning and export performance: Evidence from a sample of winemaking SMEs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, *29*(4), 602-626. https://doi.org/10.1504/IJESB.2016.079965

Doru, O., Altun, I., & Kurnaz, G. (2025). Examining the effect of international entrepreneurship on export performance: Evidence from international firms in Gaziantep province. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, *27*(49), 663-684. https://doi.org/10.18493/kmusekad.1496886

Ebrahimi Varkiani, H., & Mazaheri, M. M. (2023). International Entrepreneurship from the Perspective of the Values of Muslim Societies: A Plan for the Global Promotion of Religion within the Framework of Islamic Philosophy and Wisdom.

Eslahi, F., & Fazeli Kabria, H. (2023). The Impact of International Entrepreneurship on Export Performance of Firms Driven by Organizational Factors: A Case Study of the Union of Iranian Exporters of Petroleum, Gas, and Petrochemical Products. Twentieth International Conference on Research in Management, Economics, and Development,

Etemad, H. (2023). Towards an integrated and longitudinal life-cycle framework of international entrepreneurship: Exploring entrepreneurial orientation, capabilities, and network advantages overcoming barriers to internationalization. *Journal of International Entrepreneurship*, *21*(4), 503-544. https://doi.org/10.1007/s10843-022-00324-z

Ghorbani, P., Shadnoosh, N., & Saleh Ardestani, A. (2016). Cross-Cultural Management and International Communications in International Entrepreneurship. International Conference on Innovation and Research in Humanities, Management, and Islamic Studies, Qom.

Haddoud, M. Y., Jones, P., & Onjewu, A. E. (2019). *International entrepreneurship in emerging markets: Nature, drivers, barriers and determinants*. Emerald Publishing. https://doi.org/10.1108/S2040-7246201910

Haghshenas, F., & Borhani, S. (2024). Smart Governance: A Catalyst for Digital Market Transformation and a Driver of International Entrepreneurship in the Era of the Fifth Industrial Revolution. First National Conference on Smart Governance, Tehran.

Haji Ghazi, M., Mazaheri Tehrani, M. M., & Rahnamay Roodposhti, F. (2024). Presenting an International Entrepreneurship Model: A Case Study of ECO Member Countries. *New Approaches in Management and Marketing*, *3*(2), 227-250.

Hamidizadeh, M. R., & Fereydouni, B. (2024). The Effect of International Entrepreneurship through Internationalization Readiness on the Success of Firms' Performance. *Business Management Explorations*, *35*(16), 176-197.

Ibeh, K., Crick, D., & Etemad, H. (2019). International marketing knowledge and international entrepreneurship in the contemporary multi-speed global economy. *International Marketing Review*, *36*(1), 2-5. https://doi.org/10.1108/IMR-02-2019-377

Kahrizi, O. A., Amiri, Z., & Tavoghi Mianji, Z. (2025). The Role of International Entrepreneurship in Creating Export Opportunities for Small and Medium-Sized Enterprises and Start-Up Businesses. Eleventh National Conference on Modern Studies and Research in Humanities, Management, and Entrepreneurship in Iran, Tehran.

Kalubandi, S. C., Sharma, D., Edacherian, S., & Karna, A. (2025). Role of foreign market knowledge and home country institutions in international entrepreneurship-performance relationship: A meta-analysis. *Asia Pacific Journal of Management*. https://doi.org/10.1007/s10490-025-10076-8

Knight, G., Khan, Z., & Nummela, N. (2025). Born globals, international new ventures, and international entrepreneurship: Reflections and a research agenda. *International Business Review*, *34*(2), 102421. https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2025.102421

Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

Kolabi, A. M., & Ghandi, S. (2024). Business Internationalization with Emphasis on International Entrepreneurship: Explaining the Mediating Role of Organizational Capabilities and the Moderating Role of Global Mindset. *International Business Management Quarterly*, *7*(2).

Kordnavardi, A. H. (2021). Examining and Prioritizing Factors Affecting the Development of International Entrepreneurship in the Banking Business Model: A Case Study of the Export Development Bank of Iran. Eighth National Conference on Modern Studies and Research in Humanities, Management, and Entrepreneurship in Iran, Tehran.

Kordnavardi, A. H., Edalatinan Shahriari, J., Azizi, M., & Kabaran Zadghadim, M. R. (2020). Designing a Conceptual Business Model for Development Banks with an International Entrepreneurship Approach. *Financial Economics Quarterly*(53), 1-16.

Leite, Y. V. P., de Moraes, W. F. A., & Salazar, V. S. (2016). Expressions of relationship networking in international entrepreneurship. *Journal of International Entrepreneurship*, *14*(2), 213-238. https://doi.org/10.1007/s10843-016-0166-z

Leszczynska, M., & Puchalska, K. (2023). Impact of the pandemic crisis on international entrepreneurship. *Organization and Management Series*, *175*, 251-268. https://doi.org/10.29119/1641-3466.2023.175.16

Mainela, T., Puhakka, V., & Servais, P. (2013). The concept of international opportunity in international entrepreneurship: A review and a research agenda. *International Journal of Management Reviews*. https://doi.org/10.1111/ijmr.12011

Mainela, T., Puhakka, V., & Sipola, S. (2018). International entrepreneurship beyond individuals and firms: On the systemic nature of international opportunities. *Journal of Business Venturing*, *33*(4), 534-550. https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2018.02.002

Maleki, Z. (2021). Examining the Impact of International Entrepreneurship on International Performance with Regard to the Moderating Role of Environment: A Case Study of Behshahr Zarrin Industries Development Export Company. Seventh International Conference on Modern Studies in Management and Accounting in Iran, Tehran.

Merin-Rodriguez, J., Alegre, J., & Dasi, A. (2025). International entrepreneurship in innovative SMEs: Examining the connection between CEOs' dynamic managerial capabilities, business model innovation and export performance. *International Business Review*, *34*, 102321. https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2024.102321

Mitter, C., & Hiebl, M. R. (2017). The role of management accounting in international entrepreneurship. *Journal of Accounting & Organizational Change*, *13*(3), 381-409. https://doi.org/10.1108/JAOC-02-2016-0006

Mohammadi Khiare, M., & Mazrae, K. (2025). Asymmetric Effects of International Entrepreneurship in Developed and Developing Countries: An Analysis of Institutional Thresholds and Economic Growth. *Fiscal and Economic Policies*, *13*(51), 230-289.

Muralidharan, E., & Pathak, S. (2017). Informal institutions and international entrepreneurship. *International Business Review*, *26*(2), 288-302. https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2016.07.006

Naseri, H. (2023). Examining the Role of Digital Technology in International Entrepreneurship in Electronic Cities. First National Conference on Emerging Research in Accounting, Finance, Management, and Economics with an Approach to Innovation Ecosystem Development, Tehran.

Nayebi, A. (2021). Examining the Mediating Role of International Market Orientation in the Effect of International Entrepreneurial Orientation on Export Performance: A Case Study of Kalleh Company. First International Conference on Management Laboratory and Innovative Approaches in Management and Economics, Tehran.

Niknami, F. (2018). Identifying and Prioritizing Factors Affecting the Creation of an International Entrepreneurship Ecosystem in Developing Regional Environments: A Case Study of the Caspian Sea Littoral Countries. *First Festival of Outstanding Scientific Works in Islamic Humanities, Allameh Jafari Special Award*

Nobakht, Z. (2024). Business Internationalization with Emphasis on International Entrepreneurship. Fifth International Conference on Humanities, Educational Sciences, Law, and Social Sciences,

Noronha, M. E. S., Isaac, V. R., Silva, R. S. V., & Moraes, L. M. (2024). International entrepreneurship in emerging markets: A case study of the internationalization of a Brazilian bakery chain. *Iberoamerican IC*, *14*(1), 1-26. https://doi.org/10.24883/IberoamericanIC.v14i1.444

Pindado, E., Alarcon, S., Sanchez, M., & Garcia Martinez, M. (2023). International entrepreneurship in Africa: The roles of institutional voids, entrepreneurial networks and gender. *Journal of Business Research*, *166*, 114109. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114109

Pitelis, C., Wang, C. L., Hughes, M., & Ambrosini, V. (2025). Towards a better understanding of the interrelationship between dynamic capabilities and international entrepreneurship. *International Business Review*, *34*(2), 102387. https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2024.102387

Rabbi, M., & Vakilolraaya, Y. (2019). Examining the Impact of International Entrepreneurial Orientation on International Performance Considering the Mediating Role of Competitive Strategy and International Market Orientation and the Moderating Role of Environment: A Case Study of Kalleh Company. First National Conference on New Studies in Entrepreneurship and Business Management, Semnan.

Rahimnia, F., & Hasani Rad, P. S. (2016). Examining Opportunity-Based and Resource-Based Approaches to International Entrepreneurship. International Conference on Business: Opportunities and Challenges, Rasht.

Rashidi Rad, A., & Mohammad Esmail, S. (2021). Ranking Effective Strategies for Developing Export Target Markets of Sugarcane By-Product Industries toward Sustainable International Entrepreneurship Using the TOPSIS Method. Fifth International Conference on Industry-Oriented Studies in Management, Economics, and Accounting, Tehran.

Reuber, A. R., Knight, G. A., Liesch, P. W., & Zhou, L. (2018). International entrepreneurship: The pursuit of entrepreneurial opportunities across national borders. *Journal of International Business Studies*, *49*(4), 395-406. https://doi.org/10.1057/s41267-018-0149-5

Rienda, L., Yang, Y., & Andreu, R. (2026). Entrepreneurs' proactive personality, network involvement, and international entrepreneurial intention in family SMEs. *Review of managerial science*, *20*, 929-956. https://doi.org/10.1007/s11846-025-00899-6

مجوز و حق نشر: © ۱۴۰۵ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

Sadeghi, F., & Matrawi, M. (2023). Examining the Impact of International Digital Framework Orientation on Innovation Orientation and International Entrepreneurship through International Market Orientation in Food Export Companies of Khuzestan Province. Second Electronic Conference on Ethical Business Management Research, Yazd.

Salehi, M., Abedi, H., & Aryafard, I. (2018). The Impact of International Entrepreneurship Development Policies on Marketing Capabilities in the Oil and Gas Industries: A Case Study of Knowledge-Based Oil and Gas Companies in Tehran Province. National Conference on New Approaches in Management, Economics, and Accounting, Tehran.

Sanaeipour, H., & Azimzadeh, A. (2019). Applying International Entrepreneurship and Knowledge-Based Businesses in the Sustainable Development of the Country. National Conference on Economics, Development Management, and Entrepreneurship with an Approach to Supporting Iranian Goods, Zahedan.

Sardari, A., & Shabihzadeh, M. (2024). Networking and International Knowledge Acquisition in Small and Medium-Sized Enterprises: The Role of Global Mindset and the Mediation of International Entrepreneurial Orientation. *Journal of International Business Management*, *7*, 83-103.

Scheu, M., & Kuckertz, A. (2023). Explorers of the twenty-first century? A systematic literature review of the scholarship on international entrepreneurs from developed economies. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *19*(1), 177-235. https://doi.org/10.1007/s11365-022-00815-4

Schwens, C., Zapkau, F. B., Bierwerth, M., Isidor, R., Knight, G., & Kabst, R. (2018). International entrepreneurship: A meta-analysis on the internationalization and performance relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *42*(5), 734-768. https://doi.org/10.1177/1042258718795346

Scuotto, V., & Tzanidis, T. (2026). Navigating international entrepreneurship while impacting regional development in the digital age. *Entrepreneurship & Regional Development*. https://doi.org/10.1080/08985626.2026.2618054

Secinaro, S. F., Oppioli, M., Demarchi, L., & Novotny, O. (2025). Bridging borders and boundaries: The role of new technologies in international entrepreneurship and intercultural dynamics. *International Entrepreneurship and Management Journal*, *21*, 46. https://doi.org/10.1007/s11365-024-01061-6

Shafieipour, D., & Mazidi Sharafabadi, F. (2024). The Role of International Entrepreneurial Culture, Ambidextrous Innovation, and Dynamic Marketing Capabilities in Innovation Performance. *Air Defense Management Quarterly*, *3*(2).

Shahdkar, F., Koshtiara, V., & Vazifedoost, H. (2022). The Impact of E-Commerce Capabilities and International Entrepreneurship on Improving the Export Performance of Knowledge-Based Companies. *Journal of Entrepreneurship Knowledge*(5), 36-52.

Shaker, Z. A. (2022). Institutional change and international entrepreneurship after the war in Ukraine. *British Journal of Management*, *33*(4), 1689-1693. https://doi.org/10.1111/1467-8551.12655

Shaker, Z. A., & George, G. (2017). International entrepreneurship: The current status of the field and future research agenda. In *Strategic Entrepreneurship* (pp. 253-288). Wiley. https://doi.org/10.1002/9781405164085.ch12

Shaker, Z. A., Newey, L. R., & Li, Y. (2014). On the frontiers: The implications of social entrepreneurship for international entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *38*(1), 137-158. https://doi.org/10.1111/etap.12061

Sharif Askari, S., Kabaran Zadghadim, M. R., Haghighat Monfared, J., & Edalatin Shahriari, J. (2020). Modeling Factors Affecting the Recognition of International Entrepreneurial Opportunities in Iranian Knowledge-Based Companies Using the Interpretive Structural Modeling Method. *International Business Management*, *3*(4), 67-86.

Soufbaf, M., & Lotfi, M. R. (2018). Examining the Impact of International Entrepreneurship on Export Performance Considering the Mediating Variable of Export Planning: A Case Study of Parand Industrial Town. Second International Conference on New Research Achievements in the Humanities and Social and Cultural Studies, Karaj.

Velez-Ocampo, J., Garcia, A. A., & Arias-Perez, J. (2025). Innovation within international entrepreneurship: A review and research agenda. *Journal of International Entrepreneurship*. https://doi.org/10.1007/s10843-025-00382-z

Wach, K. (2017). Exploring the role of ownership in international entrepreneurship: How does ownership affect internationalisation of Polish firms? *Entrepreneurial Business and Economics Review*, *5*(4), 205-224. https://doi.org/10.15678/EBER.2017.050410

Wang, M., Wei, Y., Wang, C. L., & Azumah, G. (2024). International knowledge transfer through international entrepreneurship: A systematic review and research agenda. *International Journal of Management Reviews*, *27*(4), 519-543. https://doi.org/10.1111/ijmr.12400

Xu, S., Anser, M. K., & Shahzad, M. F. (2024). Exploring the nexuses between international entrepreneurship and sustainable development of organizational goals: Mediating role of artificial intelligence technologies. *Environment, Development and Sustainability*. https://doi.org/10.1007/s10668-024-05478-5

Zarei, M., Abbasi Nami, H., Davari, A., & Momeni, M. (2023). Examining the Role of Knowledge-Based Companies in the Development of International Entrepreneurship with Emphasis on the Characteristics of Creativity, Commercialization, Resistance to Change, and Competitiveness.

Zarei, M., Abbasi Nami, H., Davari, A., & Momeni, M. (2024). Examining an Integrated and Longitudinal Life-Cycle Framework of International Entrepreneurship: Exploring Entrepreneurial Orientation, Capabilities, and Network Advantages for Overcoming Barriers to Internationalization. Eighth Conference on Economic and Management Studies in the Islamic World, Tehran.

Zhou, X., Ma, C., Su, X., Zhang, L., & Liu, W. (2024). Knowledge is power: The impact of entrepreneurship education on international entrepreneurship performance. *The International Journal of Management Education*, *22*(3), 101028. https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101028

Copyright: © 2026 by the authors. Published under the terms and conditions of Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.